Ilza Girardi
Rodrigo Jacobus
organizadores
Para fazer
RÁDIO
COMUNITÁRIA
com "C" maiúsculo
RÁDIO
COMUNITÁRIA

Ilza Girardi
Rodrigo Jacobus
organizadores

Para fazer RÁDIO COMUNITÁRIA com “C” maiúsculo

Porto Alegre

Inverno 2009

Para fazer
RÁDIO COMUNITÁRIA
com "C" maiúsculo

Organização: Ilza Girardi e Rodrigo Jacobus

Textos: Bruno Lima Rocha, Carlos Bencke, David Rubbo, Eduardo da Camino, Ilza Girardi, João Ângelo Zanuzzi, Larissa de David, Leandro Belloc, Luís Eduardo Tebaldi Gomes, Natacha Marins, Natália Ledur Alles, Neusa Maria Bongiovanni Ribeiro, Paulo Ulbrich, Rodrigo Jacobus, Tiago Jucá e Vinícius Bastiani

Revisão geral: Bruno Lima Rocha, Ilza Girardi, Natália Ledur Alles e Rodrigo Jacobus

Revisão técnica: Cida Golin

Normatização e Catalogação: Miriam Moema Loss - CRB 10/801

Edição: Rodrigo Jacobus

Ilustração capa: Rafael Costa

Ilustrações: Rafael Costa, Ivan Vieira e Sylvio Ayala

Colaboração: Diogo Cristofolini e Ivan Vieira (edição de arte), Bruno Lima Rocha e Natália Ledur Alles (edição de texto), rádios A Voz do Morro FM, Quilombo FM, Integração FM, Santa Isabel FM, Coletivos Repórter Popular e Combate Audiovisual (construção dos conteúdos)

Apoio: Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS/UNISINOS); Núcleo de Ecojornalistas (NEJ); Revolução de Idéias e Editorial; Gráfica da UFRGS

Realização: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS): Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM); Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária - Rio Grande do Sul (ABRAÇO-RS)

Tiragem: 3000 exemplares

P221 Para fazer rádio comunitária com "C" maiúsculo. / Ilza Girardi, Rodrigo Jacobus, organizadores ; Bruno Lima Rocha ... [et al.]. – Porto Alegre : Revolução de Idéias, 2009.
p. : il.

ISBN 978-85-60359-03-5

1. Rádio comunitária – Gestão. 2. Rádio comunitária – Cidadania. 3. Radiojornalismo. I. Girardi, Ilza Maria Tourinho. II. Jacobus, Rodrigo Maciel. III. Rocha, Bruno Lima.

CDU 654.195

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

*Ilza Maria Tourinho Girardi**
*Rodrigo Jacobus***

Refazer a trajetória que resultou nesta cartilha **Para fazer RÁDIO COMUNITÁRIA com "C" maiúsculo** é muito gratificante. De modo muito pessoal e otimista, acreditamos que uma boa idéia, dedicada em beneficiar o todo, termina por propiciar inexplicáveis coincidências e facilita o andamento de projetos inspirados em nobres intenções. Foi o que aconteceu entre nós, nos seis anos que se passaram desde o lançamento da **Cartilha (sem frescura) da Rádio Comunitária**, em 2002, pela disciplina *Projeto Experimental em Jornalismo III: Comunidade*, no 8º semestre da habilitação em Jornalismo do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mesmo tomando rumos diferentes, nunca perdemos o contato, tampouco a relação de amizade que se estabeleceu. Quando nos reencontramos no corredor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) no início do primeiro semestre de 2008, agora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM), comentamos sobre a cartilha de 2002: as dificuldades em unir teoria e prática, os erros e acertos, os conflitos e frustrações resultantes de toda a experiência. Empecilhos à parte, a procura pelo livreto, ainda que esparsa ao longo destes anos, surgia como indicação de que o esforço não havia sido em vão. Restavam poucas unidades de uma tiragem de 1000 exemplares, e surpreendentemente ainda havia procura pela tal cartilha.

Partindo deste quadro inicial, resolvemos (re)inventar outra missão. Entre um comentário aqui, um aparte acolá, eis que começamos a montar uma estratégia para a reedição da cartilha de 2002. Novamente envolvendo os alunos da disciplina *Projeto Experimental em Jornalismo III: Comunidade:* dessa vez, os voluntários foram **Carlos Bencke** e **Luís Eduardo Tebaldi Gomes**, que colaboraram na revisão e reformulação de parte dos textos. Também convidamos a participar desta empreitada o jornalista e cientista político **Bruno Lima Rocha**, coordenador de formação da *Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária do Rio Grande do Sul* (ABRAÇO-RS), fervoroso militante engajado na luta por um espaço mais justo e adequado ao papel das rádios comunitárias frente aos latifúndios da comunicação no Brasil. Da mesma forma, **Natália Ledur Alles**, nossa querida colega no mestrado do PPGCOM/UFRGS, prontificou-se a colaborar diante da afinidade de intenções que a vasta área da comunicação comunitária nos propicia – Natália participa do jornal *Boca de Rua*, fruto de um projeto realizado junto a moradores de rua de Porto Alegre. Caminhos que se cruzaram na sala de aula, em eventos, na convivência cotidiana... Tínhamos em comum o fato de estarmos engajados em atividades preocupadas com a realidade de setores marginais da sociedade, fator determinante para nossa união. Convidamos ainda o ilustrador **Rafael Costa**, o publicitário **Diogo Cristofolini** e o artista plástico **Ivan Vieira** para a edição de arte. Rafael, comunicador da *Quilombo FM*, Diogo e Ivan, ambos formados pela UFRGS, são também colaboradores voluntários do jornal popular independente *Repórter Popular*. Também **Cida Golin**, professora do PPGCOM e de rádio na *Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação* da UFRGS, colaborou com preciosas sugestões na revisão técnica da cartilha, sendo peça fundamental na nossa intenção em aproximar a universidade e a prática nas rádios comunitárias. No esforço de fazer esta interação, reunimos Cida com comunicadores populares, em um esfuziante debate sobre o assunto, realizado no dia 18 de outubro de 2008 na *Escola Porto Alegre* (EPA), junto à comunidade do Morro Santana – deixamos um grande MUITO OBRIGADO ao povo das rádios **A Voz do Morro** (Morro Santana), **Quilombo FM** (Restinga), **Integração FM** (Cachoeirinha), **Santa Isabel FM** (Viamão), *Coletivos* **Repórter Popular** e **Combate Audiovisual**. É preciso citar ainda a bibliotecária **Miriam Loss**, que colaborou com a normatização e catalogação na fase final da elaboração deste livreto. E fundamentalmente lembrar a **FABICO** e o **PPGCOM (UFRGS)**, que viabilizaram esta produção, e a **ABRAÇO-RS**, pela disposição em veicular este material junto a comunicadores populares. E o *Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade* (**CEPOS/UNISINOS**), o *Núcleo de Ecojornalistas* (**NEJ**), a editora **Revolução de Idéias** e a **Gráfica da UFRGS***,* cujos apoios vêm somar ainda mais forças a essa batalha. A todos que se envolveram e/ou apoiaram esta iniciativa, direta ou indiretamente, nossos sinceros agradecimentos.

Na cartilha de 2002, fomos movidos basicamente por um envolvimento com a *Rádio Restinga FM*. Na época, tal qual nesta reedição, pretendíamos fazer uma troca de conhecimentos. Aprender com o pessoal da Restinga que fazia rádio e, em troca, levar um pouco do que estudávamos na universidade. Muita gente empenhou-se nessa tarefa. Além de nós, os alunos **David Rubbo, Eduardo da Camino, João Ângelo Zanuzzi, Larissa de David, Leandro Belloc, Natacha Marins, Paulo Ulbrich, Tiago Jucá e Vinícius Bastiani**. A Profa.Dra. **Neusa Maria Bongiovanni Ribeiro** forneceu boa parte do material teórico. O jornalista e fanzineiro **Sylvio Ayala** e o já citado Ivan Vieira contribuíram com as ilustrações. Como sinal de consideração a estes voluntários da primeira edição, reiteramos que muito do que está aqui, textos e ilustrações, foi aproveitado da cartilha anterior.

---

* Jornalista, doutora em Ciências da Comunicação, professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (FABICO/UFRGS), onde também leciona na graduação. Através da disciplina *Projeto Experimental em Jornalismo III: Comunidade* desenvolve, junto aos estudantes, diversos projetos para disponibilizar instrumentos, tecnologias e reflexões que facilitem a comunicação dos grupos entre si e com os demais setores da sociedade. Através da mesma disciplina, há vários anos trabalha junto à FASE-RS (Fundação de Atendimento Sócio-Educativo do Rio Grande do Sul) com crianças e adolescentes em estado de vulnerabilidade social, portadores de sofrimento psíquico e/ou em conflito com a lei.
e-mail: **ilza.girardi@ufrgs.br**

** Jornalista, mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (FABICO/UFRGS). Atua na comunicação comunitária através do jornal Repórter Popular e colabora na construção de uma rede de comunicação popular através do Coletivo Repórter Popular. Também é membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS / UNISINOS).
e-mail: **rodrigojacobus@gmail.com**

Assim como nesta reedição, na época também queríamos, de alguma forma, reforçar o trabalho de aproximação da universidade com comunidades organizadas em torno de possíveis estruturas de transformação social. E, de lá para cá, as rádios comunitárias cada vez mais têm mostrado o seu potencial neste sentido. Infelizmente, no dia 15 de agosto de 2002, quatro meses após o lançamento da antiga cartilha, a rádio comunitária *Restinga FM* foi interditada pela *Agência Nacional de Telecomunicações* (ANATEL), sem mandato ou ordem judicial. Assim como tantas outras que não conseguiram a tal concessão para funcionamento, a chamada outorga. Estranhamente, os radares do órgão que fecha as rádios comunitárias por funcionarem sem concessão não detectam aquelas comerciais e até públicas cujas concessões estão vencidas. Nesse contexto, a cartilha assume mais importância, pois, como antes, nossa intenção é continuar ajudando na capacitação de pessoas envolvidas com as autênticas rádios comunitárias. Dessa vez, porém, em um projeto mais ambicioso, que envolve a ABRAÇO-RS na aplicação deste material. Muito além de distribuir um material didático de qualidade, acreditamos que é fundamental difundir a idéia de construir uma rede de comunicação democrática organizada, combativa e atuante.

No entanto, é importante ressaltar que não significa que tenhamos a intenção, com esta cartilha, de desconsiderar a formação para o exercício do jornalismo. Aliás, nossa preocupação também passa pelo ensino praticado nas faculdades, voltado em grande parte para o mercado, bem como pela prática com pouca ou nenhuma orientação realizada nas rádios "alternativas", muitas vezes ainda distante das responsabilidades que envolvem a comunicação massiva, mesmo que em menor escala. Reconhecemos que o mercado de trabalho remunerado para os jornalistas de formação ainda está muito restrito às grandes redes empresariais, comprometidas com interesses privados e institucionais que, em geral, comprometem a função social da profissão. Por outro lado, temos uma enorme falta de coesão e condições no exercício do jornalismo no âmbito comunitário, onde oportunistas ocupam espaços que deveriam estar desempenhando um papel contra-hegemônico. Na realidade, há uma grande confusão que atravessa esta prática, seja profissional ou amadora, em um momento que deveríamos priorizar uma união por algo maior e mais nobre. O verdadeiro dilema que se apresenta passa por romper com o conservadorismo e o individualismo que impedem uma reflexão mais humana e profunda do que realmente está em jogo. Sem alternativas viáveis à sobrevivência do profissional, jornalistas de formação inevitavelmente terminarão, em sua grande maioria, servindo aos cartéis e oligopólios da comunicação, atuando na manutenção dos interesses de grandes empresários da comunicação, políticos profissionais, igrejas clientelistas e seus respectivos aliados. Reivindicamos aqui que, se somente a propaganda institucional pública investida nos meios privados fosse redirecionada para as redes comunitárias de comunicação, teríamos condições mais dignas para o exercício da profissão também neste âmbito. E a possibilidade de ampliação do mercado de trabalho para além das trincheiras do interesse privado, com profissionais servindo comunidades ao invés de empresas.

A ausência de formação mínima e auxílio técnico dedicado são carências comuns a boa parte dos meios de comunicação comunitários. São aspectos que inevitavelmente colocam as rádios comunitárias em desvantagem brutal frente às comerciais, em especial nas cidades onde há um grande número de emissoras. Sabe-se que ainda assim estas emissoras sobrevivem, mas é incontestável que maior suporte e qualificação poderiam ajudar a aprimorar suas produções, impulsionando o desenvolvimento do seu potencial criativo frente às conservadoras e repetitivas emissoras comerciais. Mas não se pode pressupor que os comunicadores comunitários vão ficar esperando de braços cruzados até que oportunidades surjam. Isso não vai ocorrer. Também não se pode afirmar que estes comunicadores não querem aprender, nem sentem falta de apoio ou orientação. Afinal, a grande maioria se engaja voluntariamente, e precisa dividir o tempo dedicado à rádio com outras responsabilidades, como o trabalho e a família. É neste ponto que pensamos na universidade pública como um aparato solidário à disposição da sociedade, colaborando na busca de alternativas sustentáveis, amparadas na construção e exercício da cidadania. E a participação do cidadão somente se efetiva quando existem amplos espaços de comunicação. Neste sentido, a rádio comunitária é um lugar privilegiado de distribuição de poder, cujo potencial está em pleno desenvolvimento. Já é conhecida e temida pelos segmentos que ganham com a concentração da mídia, cujos lucros caminham lado-a-lado com o aumento da injustiça social.

Esta singela cartilha é resultado de um grande esforço coletivo por uma rede de comunicação mais democrática. Surge como uma proposta justamente no ano em que a I Conferência Nacional de Comunicação eclode com o tema "*Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital*". Sugere uma alternativa ao profissional do jornalismo. Propõe uma aproximação entre o ensino das faculdades de comunicação e uma atividade mais liberta, distinta da realizada no âmbito empresarial. Indica uma estratégia de organização para as rádios comunitárias, alertando comunicadores e comunidades para a importância e responsabilidade destes veículos. Aproxima teoria e prática, tentando, assim, alimentar a formação de uma rede comprometida com os anseios populares. Um modesto ferramental em auxílio a uma comunicação social mais ética, livre e consciente do seu papel junto às comunidades onde se insere.

Porto Alegre, julho de 2009.

Rafael Costa

1 NOÇÕES INICIAIS

A comunicação é para todos e é direito de todos. Os brasileiros têm o direito à informação e à expressão garantidos pelo artigo 220 da nossa Constituição Federal. Aliás, o Brasil assinou o *Pacto de San Jose da Costa Rica*, em 1969, durante a Convenção Americana de Direitos Humanos[1]. Neste pacto, está escrito que toda pessoa é livre para receber e difundir informações, sem que haja abuso de "[...] controles oficiais ou particulares de papel de imprensa, de freqüências radioelétricas ou de equipamentos e aparelhos usados na difusão de informação".

Assim, além de receber informação, cada pessoa pode também comunicar, ou seja, pesquisar, produzir e distribuir informações através de diversos meios de comunicação, abordando assuntos que domina, contando sobre a realidade em que vive, os problemas que ela e seus vizinhos encontram, as novidades que interessam à comunidade. Afinal, as pessoas mais indicadas para falarem sobre determinada realidade são aquelas que a vivenciam. É muito mais legítimo que um morador de um bairro ou cidade fale sobre como é morar lá, quais os problemas, quais as necessidades, do que alguém de fora, que não acompanha de perto os acontecimentos do local. Isto vale não só para um bairro, mas também para categorias de trabalhadores, setores sociais, defensores de uma causa específica e mesmo em todos os temas onde tenha gente envolvida e organizada em torno de **OBJETIVOS COMUNS** – por isso, falamos em **COMUNIDADE**.

Para que essas informações sejam conhecidas pela maior quantidade de pessoas, o rádio é o veículo de comunicação mais indicado. Ele está presente na maioria das casas, não é caro e, diferentemente dos jornais e outros meios escritos, não exige que as pessoas saibam ler para que possam compreender. Pelo rádio, as mensagens podem ser ouvidas coletivamente, em grandes grupos, em família, entre amigos, fazendo com que mais pessoas compartilhem o conhecimento e também os sentimentos despertados pelas notícias, músicas e outras informações.

As **RÁDIOS** chamadas **COMUNITÁRIAS** devem ser realmente **DEMOCRÁTICAS**. A sua grande vantagem sobre as rádios comerciais é justamente a possibilidade de qualquer pessoa da comunidade participar. Além disso, são mais específicas, falam sobre assuntos locais, que dizem respeito à comunidade e que normalmente não são noticiados em emissoras comerciais. Assim, são capazes de mobilizar a população a buscar melhorias na qualidade de vida, formando identidade coletiva, abrindo espaço para a exigência de direitos e mudanças no que não está sendo cumprido nem atendido. Através das rádios comunitárias, pessoas e vozes que dificilmente são ouvidas nas redes comerciais têm espaço para suas manifestações.

1 Para saber mais, ver:
http://pfdc.pgr.mpf.gov.br/legislacao-pfdc/docs_convencao/convencao_americana_dir_humanos.pdf

Mesmo que o Brasil venha a adotar oficialmente o sistema digital de transmissão, o sistema analógico continuará existindo e sendo utilizado por muitos anos, inclusive pelas rádios comerciais, já que para ter acesso ao que essas rádios emitem o ouvinte precisa ter um receptor digital. Assim, as rádios que optarem pelo sistema digital provavelmente continuarão operando no sistema analógico por bastante tempo, até que a maioria dos ouvintes disponha desse receptor. As rádios comunitárias, então, não precisam se preocupar com o fim do sistema analógico de transmissão, pelo menos por enquanto. Além disso, uma série de problemas de funcionamento fez com que o Ministro das Comunicações, Hélio Costa, recuasse na adoção do padrão americano de rádio digital, o IBOC (*In Band on Channel*), também conhecido como *HD Radio*[2]. Pelo menos por algum tempo, os planos para o uso de rádio digital no Brasil estão suspensos.

Pela importância que a comunicação produzida localmente assume na vida das pessoas atingidas, pelo papel do rádio como meio para informação, difusão do conhecimento e mobilização com possibilidades de transformação da realidade, as rádios comunitárias deveriam ser mais utilizadas e valorizadas. Esta cartilha, portanto, tem como objetivo auxiliar na reflexão sobre o papel da rádio comunitária e sua atuação – e também servir como referência para auxiliar tecnicamente na produção, planejamento e gestão das rádios e programas a serem veiculados.

2 UMA BREVE HISTÓRIA

De um modo geral, a invenção do rádio é creditada ao físico italiano Guglielmo Marconi, que em 1896 conseguiu realizar a primeira transmissão confirmada de ondas sem uso de fio a uma distância de aproximadamente 3 quilômetros. Mas há controvérsias quanto ao assunto. Entre 1893 e 1894, o padre gaúcho Roberto Landell de Moura, conhecido como *Padre Cientista*, já havia realizado experiências do tipo. Conforme relata o *Jornal do Commercio* de 10 de junho de 1900, Landell de Moura teria feito uma apresentação pública de suas experiências com transmissões sem fios a uma distância aproximada de 8 km em linha reta, em um lugar conhecido como Alto de Santana, em São Paulo. O ato foi presenciado por autoridades brasileiras e britânicas. O padre chegou a patentear seus inventos no Brasil e nos Estados Unidos. No ano de 1904, o *Patent Office* de *Washington* concedeu-lhe patentes para um transmissor de ondas (771917), um telefone sem fio (775337) e um telégrafo sem fio (775846). No entanto, Marconi consta como inventor do rádio por ter registrado o primeiro transmissor de sinais à distância.

A primeira emissora de rádio a operar com licença comercial foi a KDKA, nos Estados Unidos, na cidade de Pittsburgh, em 1920. Era a concretização de um processo

2 Para saber mais, ver matéria de Ethevaldo Siqueira para o Estado de São Paulo de 28 de dezembro de 2008 em: http://www.ethevaldo.com.br/Generic.aspx?pid=458

Rafael Costa

que começou no século dezenove, a partir da industrialização e do crescimento das relações comerciais. A sociedade da época já contava com soluções como o telégrafo sem fios e o rádio como meio de comunicação bidirecional, usados para trocar mensagens entre dois sujeitos afastados fisicamente. Foi David Sarnoff, um russo radicado nos Estados Unidos, que lançou a idéia de transformar o rádio em um meio de comunicação massiva, em carta à empresa *Marconi Company*, posteriormente transformada na *Radio Corporation of America* (RCA). A idéia de Sarnoff não foi inicialmente bem recebida. Coube à *Westinghouse Electric Company*, a partir de experiências de transmissão do engenheiro Frank Conrad, impulsionar a idéia de Sarnoff. Conrad introduziu os principais conceitos de radiodifusão a partir das transmissões experimentais realizadas de sua garagem, em *Wilkinsburg*, no estado norte-americano da Pensilvânia: as idéias de estação, público, programas e anúncios. Atento à popularidade da experiência de Conrad refletida na venda de aparelhos receptores, o então vice-presidente da *Westinghouse*, Harry P. Davis, convenceu a empresa a criar a KDKA.

No Brasil, o marco inicial da transmissão radiofônica ocorre em setembro de 1922, com a transmissão de discursos do presidente Epitácio Pessoa e trechos da ópera *O Guarani* de Carlos Gomes, durante a exposição comemorativa do centenário da Independência, no Rio de Janeiro. No ano seguinte, o rádio iniciaria sua trajetória no país com a instalação da primeira emissora brasileira, a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, fundada por Edgard Roquette-Pinto, um idealista, defensor da necessidade de transmitir educação e cultura aos brasileiros espalhados por todas as regiões do país. Era uma rádio de caráter cultural/educativo, cujo slogan manifestava suas intenções: "Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil".

Na década de 1920, o rádio brasileiro caracterizou-se pela produção de programas simples, informativos e musicais, resultado da falta de investimentos no setor. Mas nos anos de 1930, o rádio recebeu autorização oficial para veiculação de anúncios, através do Decreto n° 21.111, de 1° de março de 1932. Empresas começaram a patrocinar as radionovelas, programas de auditórios, musicais e humorísticos. Paralelamente, a audiência do rádio começou a crescer, motivada pelo barateamento do custo dos aparelhos receptores. Este cenário vai desembocar na chamada *época de ouro da rádio*, que inicia-se nos anos de 1940 e prolonga-se até metade dos anos de 1950. A publicidade também influiu diretamente na introdução do jornalismo radiofônico no Brasil, em especial durante a Segunda Guerra Mundial. Em agosto de 1941, a *Rádio Nacional* do Rio de Janeiro e a *Record*, em São Paulo, transmitiram a primeira edição do *Repórter Esso*, patrocinado pela multinacional *Esso/Standard Oil*, a *Esso Brasileira de Petróleo*. Posteriormente o noticiário estendeu-se para Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Pernambuco, nas Rádios *Farroupilha*, *Inconfidência* e *Jornal do Comércio* respectivamente. Com uma fórmula importada dos Estados Unidos (*United Press International*), o informativo, que permaneceu no ar durante 27 anos, introduziu no Brasil um modelo de noticiário ágil e estruturado, linear, direto, corrido e sem adjetivações, que tornou-se sinônimo de credibilidade e abrangência. Tanto que, quando a *Rádio Tupi*, no Rio de Janeiro, noticiou o fim da Segunda Guerra, antecipando-se ao *Repórter Esso*, ninguém acreditou, tamanho era o prestígio do programa.

A partir da metade dos anos de 1960, o rádio começa a registrar uma queda de audiência decorrente da popularização da televisão. A diminuição das verbas publicitárias, a repetição dos mesmos tipos de programas e a transferência de profissionais para a televisão estão entre as principais causas para a decadência do veículo. O rádio, então, passa a produzir uma maior variedade de programas musicais, de notícias e esportivos, e acaba superando a necessidade de contar com grandes astros populares. O surgimento do transistor também traria um novo fôlego ao rádio, individualizando a audiência e possibilitando o fácil transporte do aparelho receptor. Assim, o rádio passa a acompanhar o ouvinte. Nos estádios de futebol, passa a ser um companheiro quase inseparável. Com a crescente massificação dos automóveis e dos transportes coletivos, torna-se um importante meio de comunicação durante os trajetos, assumindo definitivamente algumas de suas características mais marcantes, como a prestação de serviços e a utilidade pública em tempo real[3].

3 Para saber mais, ver o livro **Rádio:** o veículo, a história e a técnica, de Luiz Artur Ferrareto (p. 79-191) e **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos, de Gisela Swetlana Ortriwano (p. 13-27).

3 MONTANDO UMA RÁDIO

De modo simplificado, a rádio transmite sons (a mensagem), através de ondas eletromagnéticas que se propagam pelo ar a partir de um sistema emissor (estação de rádio/comunicador) a um sistema receptor (aparelho de rádio/ ouvinte). Ao pensar em montar uma rádio, é preciso primeiro pensar neste esquema inicial, que é uma síntese do funcionamento de todo o processo:

ESTAÇÃO DE RÁDIO ➡ ONDAS ELETROMAGNÉTICAS ➡ APARELHO DE RÁDIO
COMUNICADOR ➡ MENSAGEM ➡ OUVINTE

Ivan Vieira

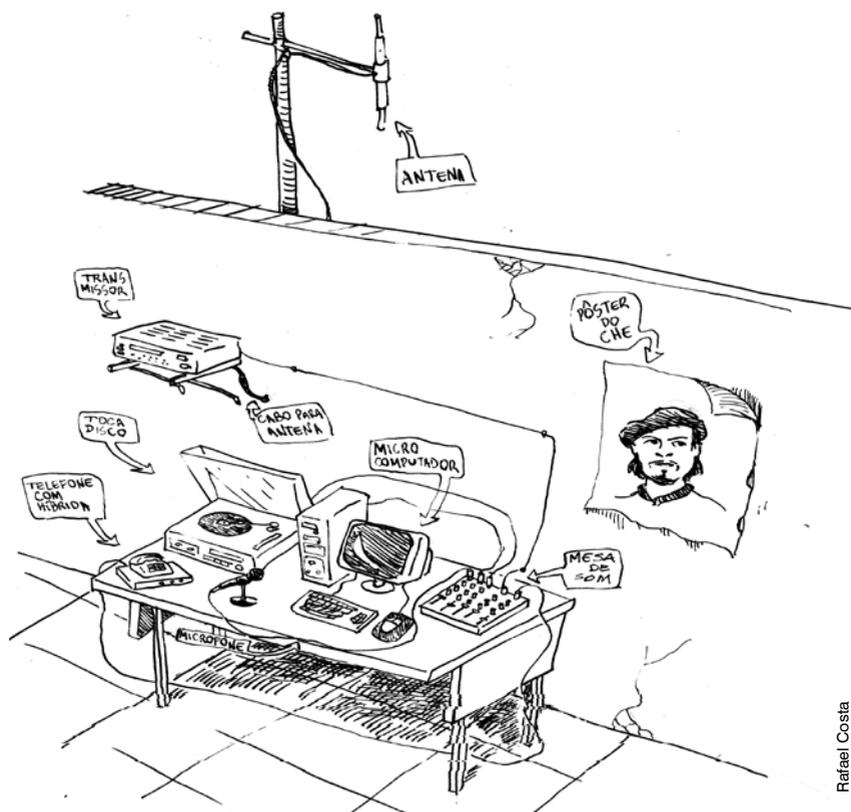
Assim, é preciso um local para a rádio. Depois, planejar as instalações do estúdio:

- É preciso levar em conta que as ondas de rádio FM se propagam em linha reta. Se houver obstáculos no caminho, como edifícios e montanhas, o sinal vai ficar comprometido e não vai chegar a todos os lugares. Assim, quanto mais alto e aberto for o local, melhor será a transmissão. O ponto também deve ser central na comunidade, para atingir o máximo possível de residências;
- Para as instalações ideais do estúdio, recomenda-se um espaço com área mínima de 22m², que pode ser dividido em 4 ou 5 compartimentos. Nestes ficarão o estúdio, um banheiro, sala do transmissor e recepção, sendo que o estúdio poderá ser dividido ainda em cabine de locução e sala de operação. Para o local de locução, sugere-se utilizar algum isolamento acústico, que pode ser improvisado reaproveitando-se espuma de colchão, caixas de ovos e isopor. Lembrando que, ao reciclar estes materiais, está se prestando um grande serviço ao meio ambiente – em especial o isopor, que é um produto muito poluente;

- Quando há sala de operação e locução separadas, costuma-se colocar uma janela de vidro para comunicação visual entre o operador e o locutor. Sugere-se também que o transmissor fique em ambiente separado dos equipamentos de áudio para evitar interferências;
- Para iluminação, pode-se utilizar lâmpadas comuns incandescentes e sugere-se piso acarpetado para o chão;
- É melhor também que as mesas e cadeiras da cabine de locução não façam ruídos, sendo que a mesa pode ser forrada com algum tecido grosso, tipo de estofamento de carro, para abafar ruídos indesejáveis. A mesa de operação fica melhor se disposta em forma de letra "U", com 1,80m de largura por 1,80m de comprimento (quadrada), com um vão interno de 1 metro. A altura recomendada fica entre 85cm e 80cm, dependendo do porte médio dos operadores;
- A distribuição dos equipamentos deve observar também padrões ergométricos, de modo que todos os equipamentos deverão estar ao alcance das mãos de maneira confortável e operacional;
- Sugerem-se ainda três aterramentos independentes e distantes um do outro, sendo um para os equipamentos de som, outro para o transmissor e outro para o para-raios, que, por questões de segurança, é altamente recomendado.

Claro que isso é uma situação ideal, de custo mais alto, que exige muito trabalho. Em grande parte das rádios comunitárias, muitos destes elementos são improvisados e a rádio entra no ar da mesma forma, com banquinho de madeira e mesa de cozinha, um aparelho 3-em-1 velho, tudo instalado nos fundos da casa de alguém. Mas fica a sugestão para que a comunidade se organize e estabeleça metas para, aos poucos, aprimorar e qualificar a sua rádio. Na Internet, é possível encontrar empresas especializadas que fazem toda a instalação, mas obviamente estes profissionais cobram por isso.

Os equipamentos básicos para o funcionamento de uma rádio são:

- **Microfone**, **tocadores de CD e/ou DVD/MP3**, **toca-fitas**, **toca-discos**, entre outros, que permitem reproduzir voz, músicas, ruídos e efeitos acústicos;
- **Computador**: com o computador pode-se automatizar uma série de procedimentos e reproduzir músicas, dispensando até os tocadores de CD ou aparelhos de som. Além disso, se houver uma conexão com a Internet, é possível buscar informações para os noticiários, colocar uma página on-line, instalar uma rádio web com programação simultânea e utilizar programas de mensagens instantâneas para se comunicar com os ouvintes;
- **Chave híbrida**: possibilita transmissões pelo telefone. Com a chave híbrida é possível fazer reportagens ao vivo com repórteres nos locais dos acontecimentos (por telefone) ou ainda realizar programas interativos com a participação de ouvintes;

Rafael Costa

- **Mesa de som**: também conhecido como “mixer”, permite controlar, separar ou misturar todos os sons gerados pelos aparelhos citados anteriormente. É a mesa que possibilita aquela musica baixinha de fundo (a chamada “cortina”) enquanto o locutor fala;
- **Equalizador**: é um aparelho opcional, cuja maior função é ajustar a qualidade do som;
- **Gerador de estéreo**: neste aparelho o som adquire característica de estéreo, o que permite os sons em dois canais para dois ou mais alto-falantes, transmitindo aquela sensação de distribuição espacial;
- **Transmissor**: transforma e transmite para a antena as ondas de rádio FM numa freqüência determinada – é onde se define o “canal” da rádio;
- **Antena**: transmite as ondas que serão captadas pelos rádios FM da região quando sintonizados na freqüência estabelecida no transmissor. A antena deve ficar o mais próxima possível do transmissor, para não haver perda de ganho do sinal. Para uma montagem segura, sugere-se um alicerce de no mínimo 1/4 de profundidade em relação ao tamanho da torre e pelo menos três estirantes de sustentação a cada seis metros de altura, formando um ângulo de no mínimo 30º em relação ao eixo da torre. Se possível, instale um para-raios a dois metros acima da antena e um metro longe do seu eixo – lembrando que este item é muito importante para a segurança (um raio na antena pode ser fatal não apenas para o equipamento, como também para quem estiver na rádio, especialmente quem estiver no estúdio operando com o equipamento).

Com 4 a 5 mil reais já é possível montar uma boa rádio – um kit completo para transmissão, com transmissor de 25W, gerador de estéreo, cabos e antena sai por uns 2 mil reais. Uma mesa de som, 600 reais. Uma chave híbrida sai por uns 150 reais. Aí tem os microfones (pelo menos dois), um computador ou aparelho de CD ou toca-discos, ou todos eles, de acordo com a possibilidade de investimento. Uma comunidade com poucos recursos pode montar uma rádio também, desde que haja boa vontade e participação popular. Pode-se organizar algum evento para angariar fundos, ou ainda uma rifa beneficiária. Houve casos em que moradores da comunidade doavam os aparelhos: um doou o microfone, outro o transmissor, um outro cedeu um aparelho de som, e a rádio entrou no ar[4]. Se houver recursos suficientes, pode-se ainda colocar uma conexão com a Internet, que dá acesso a muito conteúdo gratuito, um outro computador, que pode ser utilizado para gravação, ou ainda um transmissor intermediário conhecido como **enlace** (“*link*”), possibilitando transmissões a alguns quilômetros de distância do estúdio. Com este tipo de recurso, podem-se fazer transmissões, por exemplo, diretamente dos jogos e eventos da comunidade, como os campeonatos de futebol de várzea ou festas da comunidade[5].

4 RÁDIO LIVRE E OUTRAS IDÉIAS

A idéia de emissoras alternativas e autônomas, desvinculadas dos padrões institucionais impostos pelo controle estatal, não é recente. Embora o termo rádio livre esteja mais associado às emissoras que surgem nos anos de 1970, o fenômeno existe desde o início da radiodifusão. Mas foi na década de 1970, associado a movimentos libertários europeus, em especial na Itália e na França, que ganhou impulso político, proliferando-se em emissoras locais de pouco alcance. Acredita-se que a primeira rádio de caráter livre tenha sido uma emissora sindical que surgiu na Áustria em 1925. No Brasil, por exemplo, a rádio DKI – A Voz do Juqueri, atual Rádio Cultura de São Paulo, foi

4 Para saber mais, ver o livro **Trilha apaixonada e bem-humorada do que é e de como fazer rádios comunitárias na intenção de mudar o mundo**, de Dioclécio Luz.

5 Para saber mais, ver: cartilha **Rádio comunitária: como produzir conteúdo para agricultura familiar**, da ABRAÇO-RS, ou as cartilhas da Rede Viva Favela, disponíveis em http://www.redevivafavela.com.br/.

ao ar ilegalmente em 1933. E manteve esta condição por três anos, até sofrer intervenção policial e legalizar-se, em 1936, quando assumiu a nomenclatura atual[6]. Por isso, o fenômeno não é tão recente quanto alguns podem pensar. Porém, o quadro se intensifica durante a ditadura militar. Transmissões clandestinas eram realizadas em unidades móveis, utilizando baterias de automóvel. O objetivo era dificultar a localização, driblando o forte controle e a censura. Uma das primeiras experiências da qual se tem registro na época foi a da *Rádio Paranóica*, em Vitória do Espírito Santo, em outubro de 1970. Criada por dois meninos, um de dezesseis e um de quinze anos, utilizava o bordão "Paranóica, a única que não entra em cadeia com a Agência Nacional". Como resultado, o mais novo foi preso e acusado de subversão, embora nem soubesse direito o que isso significava. A *Paranóica* foi interditada, mas voltou a funcionar em 1983 e se manteve no ar até a segunda metade dos anos 90 com o nome de *Rádio Sempre Livre*. Outras experiências significativas foram a *Rádio Spectro*, de Sorocaba (SP), em 1976 e a *Rádio Globo de Criciúma* (SC), em 1978. Mas é importante ressaltar que, por este período, as rádios eram inspiradas mais por um espírito de rebeldia sem muito compromisso, sem grandes pretensões ou causas. De um modo geral, eram jovens entusiastas que queriam apenas praticar a arte da radiofonia.

Na década de 1980, o fenômeno começou a ganhar mais impulso. Os primeiros anos foram marcados pelo movimento de jovens de Sorocaba (SP), que, em iniciativas individuais, se apropriaram das ondas livres do rádio com emissoras de baixa potência com programações alternativas às das emissoras FM. A grande quantidade de técnicos e estudantes de eletrônica nesta cidade, a ociosidade do período das férias escolares, os esquemas em revistas importadas e a facilidade em conseguir peças em qualquer loja especializada criavam um contexto propício para este fenômeno localizado. Mas estas emissoras tocavam muita música e o *playlist* não era muito diferente das rádios oficiais. Em 1981 já se tem o registro de pelo menos 6 estações em Sorocaba: *Estrôncio 90*, *Alfa 1*, *Colúmbia*, *Fênix*, *Star* e *Centaurus*. Durante o verão de 1982 chegaram a ser registradas 42 emissoras clandestinas na cidade, que posteriormente seriam perseguidas e aniquiladas pela fiscalização do extinto Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL). Em 1984, as estações já não passavam de 15. Com a repressão, o discurso que inicialmente não tinha base ideológica passa a voltar-se contra o monopólio das FMs. A partir de 1985, o fenômeno começa a proliferar-se ainda mais. Em São Paulo, surgem as rádios *Xilik*, *Vírus*, *Dengue*, *Seilá* e *Totó Ternura*. Em 1986, surge no Rio de Janeiro a *Frívola City*. Na década de 90, várias outras surgem, cada uma com sua história e suas características: *Reversão*, *Nova Geração*, *Muda* e *Onze*

6 Para saber mais, ver o artigo de Antonio Adami e Carla Reis Longhi, **O Rádio Com Sotaque Paulista: Rádio DKi "A Voz do Juqueri"**, disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1927-1.pdf.

Sylvio Ayala

são alguns exemplos. Também começam a aparecer com mais freqüência as com perfil religioso, como a *Free FM*. Mas é neste período que começam a surgir várias rádios de caráter comunitário, como a *Rádio Sabiá do Recife* (PE), *Rádio Popular Santa Amélia* de Curitiba (PR), *Rádio Calabar* de Salvador (BA), *Rádio Popular de Heliópolis* e *Rádio do Povo* (SP), *Rocinha* e *Rádio Saara* (RJ), *Rádio Favela* de Belo Horizonte (MG), entre outras. As rádios livres são emissoras que podem ou não ter um cunho político, podendo ser motivadas também por intenções religiosas, pornográficas, comerciais ou simplesmente entusiásticas. Por isso, diferenciam-se das comunitárias, cujos objetivos vão além das experiências de caráter pessoal/individual e/ou isoladas do local onde se estabelecem.

Há ainda outras experiências de caráter popular que, em alguns casos, acabam resultando em emissoras radiofônicas. O uso de cornetas ou alto-falantes fixados em postes, popularmente conhecidos em alguns lugares como "rádio-poste", é

uma experiência de comunicação comunitária bastante difundida em função do seu baixo custo e da fácil implementação. Normalmente são instaladas em paróquias, mercados, praças ou feiras, enfim, em locais públicos onde haja grande concentração ou circulação de pessoas. A maior desvantagem deste sistema está no fato de que o ouvinte não pode "trocar" de estação, pois os alto-falantes "falam" para todo mundo, inclusive para quem não quer ouvir.

Outra interessante experiência de comunicação participativa à distância são os chamados cassete-fóruns. Originários do Uruguai no final da década de 1970, consistem em um sistema onde grupos trocam fitas-cassetes com debates em torno de um tema comum definido a partir de uma mensagem distribuída por uma coordenação central. As fitas são enviadas para esta coordenação, que analisa as mensagens, edita com a opinião de todos os grupos e grava em uma nova fita que é reenviada para todos. O fórum pode continuar indefinidamente, até que o assunto seja considerado esgotado. Com a popularização da informática e da Internet, a proposta do cassete-fórum perde um pouco da sua força inicial. Mas a idéia de produzir discussões grupais à distância através da comunicação oral pode ser readaptada aos novos recursos tecnológicos, preservando a essência desta iniciativa popular. É possível encontrar na Internet softwares gratuitos para conferências, de modo a realizar experiências similares, porém em tempo real. Para tanto, é necessário que cada grupo possua pelo menos um computador com Internet banda larga e um bom microfone, que consiga captar a voz dos participantes. Outra possibilidade é manter a estrutura original do cassete-fórum, mas utilizando a troca de arquivos de áudio, como os MP3, ao invés de fitas-cassete[7].

Há ainda uma experiência mais recente, ainda em fase de apropriação e desenvolvimento. Tratam-se das chamadas "rádios web", emissoras que transmitem sua programação através da Internet utilizando uma tecnologia chamada *streaming*. Funcionam exatamente como uma rádio que opera por ondas, podendo inclusive ser incorporadas e utilizar o equipamento já existente. A diferença é que o sinal é transmitido pela Internet, sendo conseqüentemente recebido pelo mesmo meio. Assim, as "rádios web" não podem ser sintonizadas em um aparelho de rádio convencional. É uma tendência a ser explorada e já é possível ouvir este tipo de emissora em alguns modelos de celulares, por exemplo. É uma questão de tempo para esta tecnologia popularizar-se. Uma das grandes vantagens deste sistema é que não existem limitações para quantidade de emissoras, nem regulamentação (pelo menos por enquanto)[8].

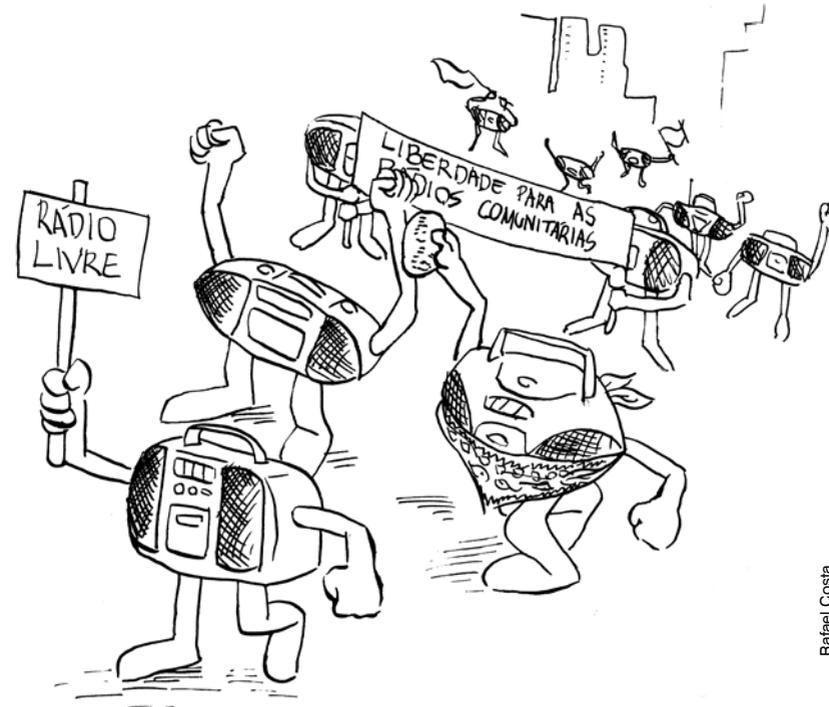
7 Para saber mais, ver a dissertação de Marisa Meliani, **Rádios livres, o outro lado da voz do Brasil**, de 1995, ou o texto de Rodney Brocanelli, **Rádios Livres - Breve História**, disponível em: http://www.locutor.info/Biblioteca/Radios_Livres.doc, ou ainda os livros **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania** de Cicilia Peruzzo (p. 241-258) e **No ar... uma rádio comunitária** de Denise Maria Cogo (p. 73-91).

8 Um bom tutorial para montar este tipo de emissora pode ser encontrado na página **Projeto Dissonante** em: http://bill.dissonante.org/site/index.php?arquivo=comofazer.

5 RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO BRASIL: O ALVOROÇO DA TRAJETÓRIA

As rádios livres dos anos de 1980 apresentavam um caráter mais experimental. No decorrer daquela década, o movimento popular vai se apropriando da comunicação social, e constitui a **Frente Nacional pela Democracia na Comunicação**, muito atuante durante o processo da Assembléia Constituinte (1986-1987). Esta pressão teve como fruto o texto da Constituição de 1988. O Capítulo V nos Artigos 220, 221, 222 e 223 assegura este direito. No Art. 223 está escrito: "deve ser observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal". Para simplificar, significa que o povo brasileiro tem o direito de ter e gerir um **sistema público não-estatal de informação, comunicação e cultura**. Como, de lá para cá, os governos jamais respeitaram este direito, foi e continua sendo necessário conquistá-lo.

Antes da promulgação da **Lei do Serviço de Radiodifusão Comunitária** em 1998 (conhecida como Lei **9612/98**), uma parte dos comunicadores populares brasileiros já entendia a comunicação social como fundamental para a radicalização democrática e para os movimentos sociais. O grau de organização necessária para fundar uma entidade nacional é atingido no ano de 1996. É quando nasce a idéia de

Rafael Costa

representação legal e social das emissoras comunitárias de rádio. Recebe o nome de **Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária** (**ABRAÇO**) e tenta pressionar o primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998) a assinar uma lei que legalize as emissoras populares, até então consideradas ilegais.

Uma década já havia se passado desde que se formou a base constitucional propondo um sistema público não-estatal de comunicação social. Na ponta desta luta, com perfil diferente da *Federação Nacional de Jornalistas* (FENAJ) e da *Executiva Nacional de Estudantes de Comunicação Social* (ENECOS), começam a surgir inúmeras iniciativas populares. Frente à pressão, o então Ministro das Comunicações do primeiro governo de FHC, Sérgio Motta, assina no ano de 1998 a Lei **9612/98**. Esta lei, na teoria, regula um modelo de rádios comunitárias de baixa potência. Mas, na prática, os problemas desta lei e suas conseqüências são tema de constantes debates[9].

O fato é que a partir da base legal, mesmo que pouco regulada, o que era quase fora de controle se torna totalmente incontrolável, tanto para o Estado quanto para as forças sociais organizadas em torno da democratização da comunicação social no Brasil. Desde que a lei foi promulgada, os governos têm fechado, em média, uma rádio por dia. Infelizmente, a formação de um suposto "*movimento*" ainda sofre com a escassez de comunicadores conscientes do seu papel social, ou seja, gente capaz, dedicada, atuante e responsável dentro deste cenário. Na verdade, a montagem do sistema público não-estatal está se desenvolvendo com muita dificuldade a partir dos esforços do movimento popular dedicado a esta causa[10].

5.1 Mas afinal, quem faz o movimento das rádios comunitárias?

Diferente de outros setores dos movimentos sociais, a balbúrdia entre identidades no movimento das rádios comunitárias no Brasil afeta diretamente a construção da organização destes comunicadores populares. Nas rádios comunitárias, cabem todos, incluindo diferentes motivações e projetos, independente de ideologias. A diversidade sempre é positiva, mas a falta de objetivo estratégico gera a um sem número de posições confusas e conflitantes, dificultando a articulação.

Já são mais de 3.300 rádios comunitárias com outorga definitiva e outras 15.000 que estão no ar brigando pela legalização. Neste total, incluímos emissoras com outorga, com pedido de outorga, as lacradas e apreendidas, bem como aquelas que estão funcionando sem nenhuma garantia legal. As Rádios Comunitárias autênticas, "com C maiúsculo", tanto no projeto quanto na motivação, são minoria dentro do contexto geral. Em média, uma emissora comunitária movimenta de 20 a 50 pessoas diretamente envolvidas. Esta base é composta, em geral, por rádio-amantes. Assim, o problema termina sendo conceitual. Boa parte dos animadores de rádios têm compromissos e participação social em diversos níveis. Mas até chegar a ser uma participação consciente da importância social deste tipo de rádio, o que caracteriza as comunitárias "com C maiúsculo", existe um abismo. Enfim, falta responsabilidade para com a proposta essencialmente democrática destes veículos. Na estimativa mais modesta, o conjunto das rádios comunitárias movimenta mais de 300.000 ativistas-comunicadores diretos. Estão na ponta da luta pela democracia na comunicação brasileira. Mas, muitas vezes, nem sabem onde se posicionam, e terminam ganhando maior consciência quando ocorre alguma repressão por parte da ANATEL / Polícia Federal[11].

9 Para saber mais, ver também o texto de Márcia Detoni, **Desenvolvimento da radiodifusão comunitária no Brasil**, localizado no blog da professora de comunicação da PUC/RS Beatriz Dornelles em: http://biadornelles.blogspot.com/2005/09/desenvolvimento-da-radiodifuso.html e http://biadornelles.blogspot.com/2005/09/desenvolvimento-da-radiodifuso_22.html.

10 Para saber mais sobre a legislação para rádios comunitárias, ver http://www.mc.gov.br/radiodifusao/legislacao/sonora/radcom.

Ivan Vieira

5.2 Tipos de emissoras comunitárias e a má fé dos oportunistas de plantão

Em meio às diferenças que caracterizam a riqueza das comunitárias, é possível identificar alguns tipos de emissoras. Algumas rádios nem sempre estão adequadas à essência das idéias que devem orientar a conduta deste tipo de veículo

11 Para saber mais, ver o artigo de Adilson Vaz Cabral Filho e Bruno Lima Rocha, **O empoderamento popular por meio das rádios comunitárias: uma análise crítica** em: http://www.estrategiaeanalise.com.br/ler02.php?idsecao=922050d4e7d85ffb0ce2211f87d218b7&&idtitulo=6cdace326048c1a0a88784e31c10100c.

de comunicação. Por isso, podem ser chamadas de pseudocomunitárias (falsas comunitárias). Grosso modo, as emissoras que se dizem comunitárias podem ser classificadas em quatro tipos mais comuns:

- **Rádios Comunitárias**: mesmo sem outorga ou não operando conforme o projeto original, têm a intenção de funcionamento democrático, abrindo suas portas e estimulando a participação da comunidade onde estão inseridas. Portanto, são as comunitárias "com C maiúsculo";
- **Rádios Livres**: como já visto, são emissoras que não estão necessariamente em busca do amparo legal nem preocupadas em recompor o tecido social em torno da sua prática. Mas têm importante papel ao confrontar o coronelismo eletrônico, ou seja, a posse e utilização política das estações de rádio e televisão por grupos e familiares de elites normalmente políticas e/ou religiosas; Assim como as comunitárias "com C maiúsculo" sem outorga, são comumente rotuladas como rádios "**piratas**";
- **Picaretárias**: é uma expressão empregada para a emissora "comunitária" de intenção comercial e/ou de propriedade de políticos profissionais. Estas emissoras usam brechas da lei para brigar pela outorga de comunitária, mas adotam práticas mais comuns às comerciais, sendo utilizadas em benefício e/ou promoção do(s) seu(s) proprietário(s). São comunitárias de fachada, normalmente absorvidas pela prática do coronelismo eletrônico;

Ivan Vieira

- **Neopentecostais**: são emissoras de pequenas igrejas neopentecostais, evangélicas e/ou católicas, congregações de menor poder aquisitivo, ou mesmo corporações religiosas sem um grande veículo de comunicação à sua disposição. Assim como as "picaretárias", também são compostas por oportunistas de plantão que conseguem outorga de comunitária e utilizam o veículo para fins específicos ou particulares. Mesmo em menor escala que as "picaretárias", não deixam de incorporar certas práticas comuns ao coronelismo eletrônico;

Entre as práticas que são mais comuns em rádios comerciais, e que são normalmente incorporadas pelas "*pseudocomunitárias*", podemos citar:

- venda de espaço na emissora;
- vínculo do tipo "chapa branca", com relações de subordinação ou parceria com os poderes políticos locais;
- apoio cultural na forma de jabá, veiculando uma grande quantidade de "abraços" e "parabenizações" para comerciantes da região. Muitas vezes, este jabá nem entra no caixa da rádio, indo direto para o bolso de quem captou o apoio;
- É comum vermos comunicadores de emissoras com outorga de comunitária lançando-se para vereador e/ou apoiando candidaturas, direta ou indiretamente Bem como outros eventos de ordem particular/privada. A intenção, nestes casos, é pura e simplesmente a promoção e o benefício pessoal[12].

5.3 Limites da burocracia: o que fazer para abrir uma rádio comunitária?

Podem pleitear uma rádio comunitária somente as fundações e as associações comunitárias sem fins lucrativos, legalmente constituídas e registradas, com sede na comunidade em que pretendem prestar o serviço, cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, maiores de 18 anos, residentes e domiciliados na comunidade. A fundação/associação candidata a prestar serviço de RÁDIO COMUNITÁRIA, não deverá, de forma alguma, ter ligação de qualquer tipo e natureza com outras instituições. Nos respectivos estatutos deve constar o objetivo de "executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária". Para dar encaminhamento à legalização da rádio é necessário:

- Retirar da página na Internet do Ministério das Comunicações o "formulário de demonstração de interesse em instalar rádio comunitária". O formulário deve ser preenchido e enviado por via postal ou pela Internet;

12 Para saber mais, ver a pesquisa **Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)** de Venício A. de Lima e Cristiano Aguiar Lopes, disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf.

- Aguardar um comunicado com o número do processo. Então, deve-se esperar a publicação no Diário Oficial da União ou verificar na página do Ministério das Comunicações (MC) o "Aviso de Habilitação". Este aviso indica as localidades e as coordenadas geográficas onde há disponibilidade de canal para a execução do serviço;
- Apresentar a documentação para a seleção da autorização no prazo máximo de 45 dias:

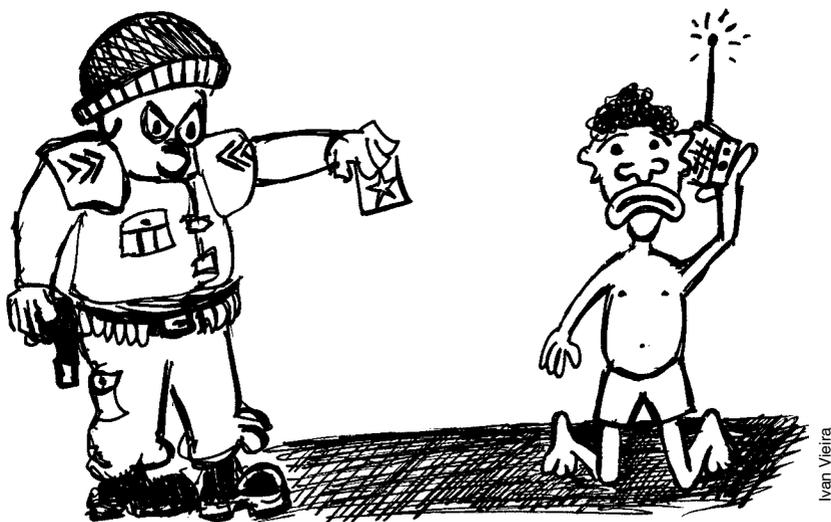
a) cópia de comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda – CNPJ/MF;
b) Estatuto Social, devidamente registrado;
c) Ata de constituição da entidade e Ata de eleição da diretoria em exercício, devidamente registradas;
d) relação contendo o nome de todos os associados pessoas naturais, com o número do CPF, número do documento de identidade e órgão expedidor e endereço de residência ou domicílio, bem como de todos os associados pessoas jurídicas, com o número do CNPJ, número de registro no órgão competente e endereço da sede;
e) prova de que seus diretores são brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos e maiores de dezoito anos ou emancipados;
f) manifestação de apoio à iniciativa, formulada por pessoas jurídicas legalmente constituídas e sediadas na área pretendida para a execução do serviço ou na área urbana da localidade, conforme o caso, ou firmada por pessoas naturais que tenham residência ou domicílio nessa área;
g) declaração, assinada pelo representante legal, especificando o endereço completo da sede da entidade;
h) declaração, assinada pelo representante legal, de que todos os seus dirigentes residem na área da comunidade a ser atendida pela estação ou na área urbana da localidade, conforme o caso;
i) declaração, assinada por todos os diretores, comprometendo-se ao fiel cumprimento das normas estabelecidas para o serviço;
j) declaração, assinada pelo representante legal, de que a entidade não é executante de qualquer modalidade de serviço de radiodifusão, inclusive comunitária, ou de qualquer serviço de distribuição de sinais de televisão mediante assinatura, bem como de que a entidade não tem como integrante de seu quadro diretivo ou de associados, pessoas que, nessas condições, participem de outra entidade detentora de outorga para execução de qualquer dos serviços mencionados;
k) declaração, assinada pelo representante legal, constando a denominação de fantasia da emissora, se houver;
l) declaração, assinada pelo representante legal, de que o local pretendido para a instalação do sistema irradiante possibilita o atendimento do disposto no subitem 18.2.7.1 ou 18.2.7.1.1, disposto na Norma Complementar nº 1/2004;
m) declaração, assinada por profissional habilitado ou pelo representante legal da entidade, confirmando as coordenadas geográficas, na padronização GPS-SAD69 ou WGS84, e o endereço proposto para instalação do sistema irradiante;
n) declaração, assinada pelo representante legal, de que a entidade apresentará Projeto Técnico, de acordo com as disposições da Norma Complementar n° 01/2004, e com os dados indicados em seu requerimento, caso seja selecionada;
o) comprovante de recolhimento da taxa relativa às despesas de cadastramento.
p) requerimento de autorização (Modelo A-2), no original ou cópia autenticada, devidamente assinado pelo representante legal da entidade;

- Após a fase de habilitação, inicia-se a seleção. As rádios selecionadas devem, então, apresentar o Projeto Técnico em prazo máximo de 30 dias. Este projeto deve conter o Formulário Padronizado Modelo A-3, mais uma declaração (uma espécie de declaração de obediência às normas da ANATEL), planta de arruamento, diagrama de irradiação horizontal da antena transmissora, duas declarações de um profissional habilitado para a tarefa, um parecer conclusivo com o aval deste profissional e, por fim, Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) referente à instalação proposta[13];
- Aguardar a emissão de uma licença (OUTORGA), que passa por um parecer da Consultoria Jurídica do MC encaminhado ao Ministério das Comunicações, que, por sua vez, emite uma Portaria autorizando a execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária;

13 Os formulários e modelos da documentação estão disponíveis em http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/formularios.

- Após a emissão da Portaria pelo MC, a autorização só terá validade após também passar pela Presidência da República e ser autorizada pelo Congresso Nacional (Câmara e Senado) através de um Decreto Legislativo. Se o ato de autorização permanecer mais de 90 (noventa) dias sem que a Portaria tenha sido aprovada ou rejeitada, o Ministério das Comunicações poderá expedir uma autorização provisória para que a emissora comece a funcionar (finalmente!). Mas se o Congresso Nacional não aprovar a Portaria, a autorização perde a validade e a rádio deve parar as transmissões;
- A ANATEL indica o canal (freqüência) apropriado, respeitando um limite de 4 km entre as emissoras para evitar interferências, pois é indicado um único canal para cada município;
- A outorga valerá por dez anos, podendo ser prorrogada apenas se a entidade executar o serviço de forma apropriada[14].

5.4 A lei, ora a lei...

A Lei 9612/98 tem vários problemas e costuma ser um empecilho para a conquista de uma rádio comunitária. Tudo começa pelo padrão da outorga, anterior à própria lei, e que passa pelo Congresso Nacional. Na média, um em cada três congressistas (deputados e senadores) é dono ou testa de ferro de emissora de rádio e/ou

14 Para saber mais, ver o manual **Como instalar uma rádio comunitária** em http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/manual e o texto **Rádio Comunitária** em http://www.mc.gov.br/radiodifusao/perguntas-frequentes/radio-comunitaria, ambos na página do Ministério das Comunicações.

TV. É por isso que, a cada duas rádios comunitárias outorgadas, uma sai através da chamada "cota parlamentar". Mas, na mídia comercial, a situação é ainda pior. Todas as rádios e TVs comerciais conseguem suas licenças com a intermediação de algum político. Portanto, e apesar das conquistas já alcançadas, as regras que regulam as telecomunicações no Brasil ainda apresentam muitos problemas e precisam de mudanças. Observando a Lei 9612/98, podemos constatar que:

- A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) exige que as rádios trabalhem com equipamento homologado. Ou seja, somente os transmissores, moduladores, compressores e antenas com a plaquinha de metal com o logotipo da ANATEL podem ser usados. E todos devem operar na mesma freqüência em um mesmo município. Segundo a lei, o transmissor deve ter até 25 W (potência), antena de até 30 metros e alcance de um quilômetro, com outros três quilômetros em volta sem nenhuma interferência de outra rádio. O problema é que estes equipamentos, com estas especificações, emitem os sinais radioelétricos ("as ondas do rádio") numa distância de, no mínimo, 10 quilômetros de raio. Assim, mesmo trabalhando com material apropriado, uma rádio, ainda que homologada pela ANATEL, pode ser multada o tempo todo ou interferir em outra comunitária a cinco quilômetros de distância;
- Isso parte de um conceito mal pensado de comunidade. É difícil entender por que foi definido que uma comunidade existe no máximo em 4 km de entorno. Nas áreas rurais, por exemplo, uma comunidade pode ter mais de 40 km na sua volta. Por isso, uma norma mais apropriada para as rádios concederia uma licença para operação dentro do município para onde transmitem ou, pelo menos, se adequaria à realidade das comunidades onde se inserem;
- Pela lei, não é permitido inserir propaganda comercial, a não ser sob a forma de apoio cultural, de estabelecimentos localizados na área de cobertura da rádio comunitária, o que inviabiliza bastante a sustentabilidade destas emissoras. Com financiamento público complementando suas fontes, somado ao apoio da economia local de pequena escala e transmitindo para todo o município, é possível que não apenas se sustentem, mas também produzam renda distribuída, mesmo que modesta, para as comunidades onde estão inseridas. Tal prática, somada à possibilidade de aproximação e organização destas comunidades em torno da rádio, pode propiciar condições de vida melhores, principalmente nos âmbitos econômico, cultural e social;
- Também "é vedada a formação de redes na exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, excetuadas as situações de guerra, calamidade pública e epidemias, bem como as transmissões obrigatórias dos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo, definidas em leis." Desse modo, a lei isola as emissoras comunitárias, impossibilitando que as pequenas comunidades limitadas a um quilômetro de raio possam se articular e se comunicar como uma comu-

nidade real, em torno de suas necessidades, interesses e reivindicações comuns. Uma inexplicável discriminação às comunitárias, já que as emissoras comerciais têm total liberdade para trabalhar em rede;

- Porém, a lei apresenta uma parte interessante na definição dos parâmetros que caracterizam uma rádio comunitária. Em primeiro lugar, qualquer morador da comunidade pode se associar na entidade que mantém a rádio. A rádio comunitária, na base da lei, não tem e nem pode ter dono. É obrigatória a veiculação de uma programação voltada para a cultura regional, apoiando manifestações culturais, artísticas e folclóricas, tradições e hábitos sociais, serviços e atividades educacionais. Além do mais, deve funcionar com uma diretoria eleita, manter assembléias regulares e apoiar-se em um Conselho Comunitário, que deve fiscalizar a emissora. No Conselho, devem estar no mínimo cinco entidades, com pessoa jurídica, que tenham suas sedes na mesma comunidade da rádio. Mas, mesmo frente a estes aspectos positivos da lei, há problemas. Como já vimos, muitas legalizadas (com outorga) são vítimas do coronelismo eletrônico e da apropriação indevida deste tipo de veículo, sem que haja nenhuma represália a estas práticas – a lei não é cumprida quando deveria ser. Outro problema diz respeito às dificuldades para constituir a pessoa jurídica, conforme manda a lei. Com o CNPJ das associações de comunicação comunitária, mantém-se uma estrutura legal mínima. Porém, é preciso reconhecer que isto, ao mesmo tempo, é um freio para os mais assustados e um convite à criminalização das associações. Existindo um titular da pessoa jurídica, o Estado tem a quem processar. É o famoso bode expiatório, que fica exposto a multas e outras formas de repressão. Além disso, se por um lado a base jurídico-legal permite a briga na lei, gerando jurisprudência, a excessiva preocupação com a normatização do setor pode paralisá-lo. Ainda mais no Brasil, onde o patrimônio público não-estatal costuma ser terra de ninguém.

5.5 A integração das mídias populares

Cada rádio comunitária tem de lutar para sobreviver, mas tem uma compensação. Quanto menor o município ou mais pobre é a região de onde se transmite, maior é a audiência das rádios comunitárias. Mas esta popularidade fica abafada pelo conjunto das mídias comerciais. Isto porque, o monopólio das comunicações conta com vários meios integrados, transmitindo de forma complementar. Um cidadão acorda e liga a TV, vai para o trabalho escutando rádio ou lendo o jornal, volta para sua casa e liga de novo a televisão. Se ele vai acessar a internet e quer se informar, abre primeiro um grande portal, que também é de propriedade de um grande grupo econômico de mídia. Este cerco vicioso é uma espécie de ditadura que tem de ser combatida.

Sylvio Ayala

A inserção das rádios comunitárias precisa ser complementada por outras mídias. Uma solução barata é que cada emissora tenha sua própria página de internet, nem que seja apenas um blog gratuito. E, através de servidores também gratuitos, transmita de forma simultânea sua programação por radiofreqüência (através da antena) e pela rede de computadores (rádio web). Dá para pôr a rádio na Internet com 50 ouvintes simultâneos e sem nenhum custo. Se tiver bom trânsito no local, consegue se coordenar com as publicações impressas do entorno da rádio, ou mesmo participar de uma mídia impressa semanal ou mensal. Uma solução simples para difundir a rádio e os pontos de vista do povo, é retomar os jornais murais, as pinturas em muros (muralismo), a colagem periódica de cartazes informativos e todas as formas de comunicação de baixo custo e fácil acesso. Nenhuma mídia ou tecnologia exclui a outra. Assim, um panfleto rodado em mimeógrafo pode ser acompanhado de uma cadeia de mensagens de SMS através de celulares pré-pagos. Ou um jornal impresso em preto e branco com apenas uma página frente e verso pode ter o complemento de um portal de informações.

Com criatividade e perseverança, é possível romper com o cerco informativo da grande mídia comercial. Pouco se sabe sobre o próprio bairro ou questões fundamentais do nosso município. Enquanto isso, somos “contaminados” com uma boa

dose de lixo cultural. As rádios comunitárias são a ponta da lança de uma luta pela própria identidade, pelo direito a falar pelas próprias vozes do povo. Nas áreas anexas aos estúdios podem ser montadas bibliotecas ou clubes do livro. Os discos em vinil e as fitas cassetes podem ser doados para os acervos das emissoras. Videotecas com baixíssimo custo podem se tornar o embrião de cineclubes nestes espaços de convivência e alegria gerados pelas emissoras da comunidade. Mas, para cada boa idéia, é preciso pelo menos uma pessoa responsável pela sua execução. Alguém disposto, honesto, sincero e livre da influência dos aproveitadores e oportunistas de plantão.

5.6 A gestão: o maior dos desafios

Movimento popular implica necessariamente em disputar os direitos, muitas vezes acima dos limites da lei. Mas é importante formalizar tal prática em uma luta organizada no dia-a-dia. Pois, em geral, somos invisíveis para a opinião pública. A capacidade de mobilização autônoma é uma necessidade na disputa por uma visibilidade que realmente chame a atenção para os problemas da comunidade. Bem ou mal, temos mídia própria, porém desorganizada e fragmentada. Construir uma base participante, formada por comunicadores e ouvintes em torno de uma rádio comunitária, é um bom instrumento para aglutinar pessoas e alavancar a prática de um autêntico poder popular. É um exercício conjunto do poder, seja no papel de mero ouvinte, seja no envolvimento direto com os processos de produção, planejamento e gestão da comunicação.

A manifestação coletiva implica em negociação coletiva. A luta popular na forma orgânica de um movimento de massas (ainda que desorganizado), necessariamente tem de ser materializada em uma forma direta de negociar e avançar em conquistas e direitos. É preciso criar canais de participação abertos, que estimulem também a fiscalização constante do veículo por parte de toda a comunidade. A intermediação avulsa de políticos profissionais é um problema permanente. Estes representantes individuais costumam ter mais visibilidade e gravitação do que centenas de emissoras que muitas vezes nem se reconhecem como “parceiras”. A construção da identidade coletiva passa pela luta por liberdade de antena e uma definição de objetivos a ser alcançados por todos os meios de luta popular realmente interessados em transformar a realidade.

De todos os setores que defendem a democracia na comunicação, o movimento de rádios comunitárias tem um dos perfis mais populares. Não poderia ser diferente. O rádio, como um todo, é o meio de comunicação mais difundido e com o maior número de adeptos, em uma ligação até sentimental. É um poder que emana da mídia falada, da oralidade. Mas é preciso trabalhar duro, praticar a desobediência civil, romper lacres, combater a repressão e seguir no ar.

Falta muita coisa, embora a caminhada já tenha começado. Organizando e conectando 10% das rádios outorgadas já serão mais de 300 emissoras, formando

uma enorme rede. E com isso, estará sendo dada uma grande contribuição para a luta popular no Brasil. A tarefa é tão urgente quanto o combate ao monopólio e à distribuição e manutenção de concessões que reforçam privilégios, orientadas quase que exclusivamente para o lucro, priorizando o interesse privado em detrimento do público. É preciso lutar por financiamento público e uma nova regulamentação, mais adequados à importância da comunicação comunitária no processo de democratização da sociedade.

A comunicação é um forte combustível da ideologia. Quem somos e o que pensamos ser está atravessado pela mídia comercial e monopolista. Assim, refletir sobre como é formado este conjunto de idéias e tentar compreender aquilo que pensamos sobre nós mesmos é outro grande desafio. A linguagem, aquilo que pensamos, ouvimos e falamos, carrega os conceitos (e preconceitos). Sem linguagem, não há pos-

Sylvio Ayala

sibilidade de nos comunicarmos entre iguais. Com a linguagem implantada dentro de nossas mentes, terminamos por pensar com idéias que deveríamos combater. Por isso, a busca por linguagens que expressem o poder popular é uma das missões do movimento de radiodifusão comunitária organizado em torno da ABRAÇO e um dos grandes objetivos desta cartilha[15].

6 COMUNICAÇÃO: AFINAL, PARA QUE SERVE ISSO?

A comunicação e a educação estão intimamente ligadas. A comunicação é a forma de expressar o que se quer dizer, com um determinado conhecimento, para alguém que quer compreender a mensagem a ser dita. Já a educação, por meio de um processo de formação, torna o indivíduo apto a organizar as idéias e, a partir daí, comunicar-se de forma eficiente. Nós só vamos nos comunicar bem se organizarmos nossas idéias de forma clara e direta, com um aprendizado que nos dê conhecimento sobre o que queremos expressar, utilizando uma linguagem adequada.

No caso específico da radiodifusão comunitária, o papel do rádio e a defesa do direito a transmissão por radiofreqüência têm uma importância central para o avanço das identidades populares. Este veículo sempre teve o potencial para cumprir este papel, sendo por diversas vezes instrumentalizado por governos. E mesmo sob estes controles, o que se verificou foi a manifestação da cultura popular, ainda que emaranhada com o chamado populismo.

São protagonistas da comunicação social aqueles que exercem o direito de se comunicar. Partindo da lógica da relação emissor-receptor, observamos que os comunicadores comunitários ocupam o papel de encurtar a distância no processo comunicacional. Esta capacidade atua em todas as esferas da vida. A rádio e a produção integrada de audiovisual de baixo custo potencializam os empreendimentos econômicos da região sob cobertura da emissora comunitária. Muitas vezes, uma iniciativa de economia dentro da mais plena informalidade, mas com muitos freqüentadores de uma região metropolitana periférica, ganha legitimação quando anunciada em uma rádio comunitária.

15 Para aprofundar o conceito e as propostas quanto ao sistema público não-estatal de comunicação social, bem como os conceitos relacionados discutidos nesta cartilha, ver também a página da *Ciranda international de l'information independente* em http://www.ciranda.net/spip/article1211.html?lang=fr e os textos **Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento**, de Cicilia Peruzzo (p. 69), **Rádios comunitárias: exercício da cidadania na estruturação dos movimentos sociais**, de Márcia Vidal Nunes (p. 95) e **Para reinterpretar a comunicação comunitária**, de Raquel Paiva (p. 133), todos no livro **O Retorno da comunidade**: (os novos caminhos do social).

Ivan Vieira

6.1 A comunicação em rádio

- Transmissão e recepção instantâneas e simultâneas (quando eu estou falando numa rádio alguém pode me escutar na sua casa);
- A comunicação é de pouca duração (porque a mensagem não pode ser guardada como num jornal impresso);
- É um sistema de custo relativamente baixo, tanto para o emissor quanto para o receptor: a instalação de uma emissora de rádio é muito mais barata que a de uma emissora de televisão (e um aparelho de rádio também custa bem menos que um televisor);
- A recepção pode ser feita independente das condições ambientais existentes (se o receptor estiver dirigindo, ou trabalhando, ou lavando roupa, pode ouvir a rádio ao mesmo tempo);
- Possibilita boa interação com os receptores, seja por telefone, torpedos, mensagens instantâneas ou correio eletrônico. No caso das rádios comunitárias, pode ser uma excelente forma de aproximação com a audiência;
- A comunicação entre o emissor e o receptor acontece apenas por meio do som, sem qualquer visualização (a rádio só trabalha com palavras, músicas, ruídos, silêncios, sons diversos - não há um sistema de sinais para que o receptor veja a mensagem como na TV e demais veículos).

7 PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS PARA RÁDIO

Para que a rádio tenha êxito junto à comunidade e prospere, é preciso um mínimo de planejamento para o funcionamento da emissora, de modo a criar uma identidade que ajudará a criar um vínculo com os ouvintes. Isso passa por pensar a infra-estrutura, a inserção na comunidade, o universo cultural do local, a auto-sustentação, a política de comunicação e a instrumentalização técnica das equipes envolvidas. Boa parte destes elementos já foi discutida ao longo desta cartilha. Resta aprofundar um pouco a discussão sobre a instrumentalização técnica para as equipes, alguns elementos que ainda podem ajudar quanto ao planejamento da rádio e a produção de conteúdos/mensagens.

A rádio emite **PROGRAMAS**, espaços que, em geral, têm um **título (nome)**, **horário de emissão e duração fixas**, dedicados a temas concretos. Normalmente, a emissora comercial possui um departamento específico que cuida de toda a programação. Isso inclui todas as inserções comerciais, jornalísticas, musicais, gravadas ou ao vivo. Este departamento cuida do aproveitamento do espaço e o tempo utilizado para divulgação das mensagens na rádio. Mas, **a programação das comunitárias segue uma lógica diferente em vários aspectos**. O caráter associativo, de controle

Rafael Costa

aberto e coletivo, propicia maior liberdade, independência e autonomia na criação do programa. Mas infelizmente tal possibilidade pode ser mal explorada, especialmente quando se comete o erro de reproduzir a lógica das emissoras comerciais.

Para romper com a lógica convencional, não podemos esquecer, em primeiro lugar, que a comunitária se trata de um serviço de utilidade pública e não um negócio, como no caso da comercial. Isso implica em compromisso tanto com a democracia interna na associação como no posicionamento voltado para o interesse da comunidade e da sua organização. Também significa uma programação de resgate à denúncia, o microfone aberto todo o tempo, o estímulo a crítica e a paixão pela polêmica. Não significa que não podemos utilizar os mesmos enfoques e recursos profissionais a que estamos habituados a ouvir nas comerciais. Mas sempre levando em conta os princípios que devem diferenciar as comunitárias, principalmente no que diz respeito ao conteúdo. Também não significa que os programas tenham que ter um caráter estritamente sociológico, político ou econômico, deixando de lado outras manifestações culturais. É fundamental haver espaço para o lazer e a fantasia para trazer maior atratividade às comunitárias. Isso faz parte do universo de interesses das pessoas, na busca de felicidade. As possíveis transformações da sociedade, embora seja uma coisa muito séria, vai muito além da aparência carrancuda comum a muitos partidos e movimentos de esquerda que têm este objetivo. Com criatividade, alegria, boa vontade e honestidade, pode-se construir uma grande mobilização em torno da rádio.

É preciso ficar muito atento a algumas práticas suspeitas comuns nas rádios comerciais, que são drasticamente nocivas à proposta das rádios comunitárias. Emissoras “chapa branca” (bajuladoras de governos e autoridades em troca de privilégios) ou “jabazeiras” (jabá são as matérias, opiniões e comentários pagos) são um desserviço para a luta pela democracia na comunicação. É importante lembrar que só tem medo da verdade quem tem o rabo preso ou está sujo na praça. A comunicação popular aqui proposta não pode estar a serviço de nenhum segmento social ou corrente de pensamento. Está a serviço do povo, com todos os seus defeitos e virtudes, e deve aprender a lidar com isso. Não se trata apenas de um movimento de mídia, e menos ainda de mídia de alguém especificamente. Talvez por isso, caracteriza-se por ter uma das bases mais perseguidas e criminalizadas da democracia brasileira. É o exercício diário da desobediência civil, buscando aliados nos setores mais humildes da sociedade. Buscando transformar o jornalismo e a cultura popular em ferramentas na luta pelo direito a uma comunicação social para todos.

Ao planejar a rádio comunitária, lembre-se que a censura interna tem de ser superada pelo debate e a polêmica para o estabelecimento da política editorial, dos objetivos e da formatação dos programas e do próprio veículo. Assim como da sustentação financeira, que deve buscar a autonomia perante quaisquer poderes. Sejam locais ou não, privados ou públicos, de caráter pessoal ou mesmo grupos que tentem usar a estrutura em benefício próprio ou para fins eleitoreiros, como no caso de algumas igrejas e parti-

dos políticos. Abra espaço para a publicidade (apoio cultural) dos pequenos negócios de sua comunidade, como o sapateiro, a doceira, a lanchonete, o açougue, o pipoqueiro, o vendedor de rua, cobrando pouco, é claro. Lembre-se que o objetivo é sustentar e melhorar a rádio e não "parasitar" a vizinhança. É preciso lutar por recursos em publicidade dos órgãos públicos do estado, município ou federal, em especial as de utilidade pública, como campanhas de vacinação, por exemplo. As pessoas da comunidade ou sócios da associação também podem pagar um valor simbólico por mês, como R$ 1,00, por exemplo. Sindicatos e outras associações que têm um pouco mais de recurso podem pagar um pouco mais. Promova campanhas e eventos, como festas e bingos. E não se esqueça de prestar contas do que recebe e gasta de maneira mais transparente possível, pois isso vai trazer credibilidade à rádio. Uma boa maneira de fazer isso é apresentar regularmente o extrato de alguma conta poupança, que pode ser aberta no nome da associação para esse fim. Este extrato pode ser fixado na rádio para quem quiser ver.

Acima de tudo, a busca pela verdade liberta. É preciso cuidado para não reproduzir relações de dependência e subordinação. Assim como é preciso atenção para não reproduzir o modelo comercial e as artimanhas embutidas na moral destes meios. Não se deve cair na tentação de apenas "falar o que o povo quer ouvir". É uma luta para que as vozes do povo organizado em suas comunidades possam ser ouvidas e compreendidas[16].

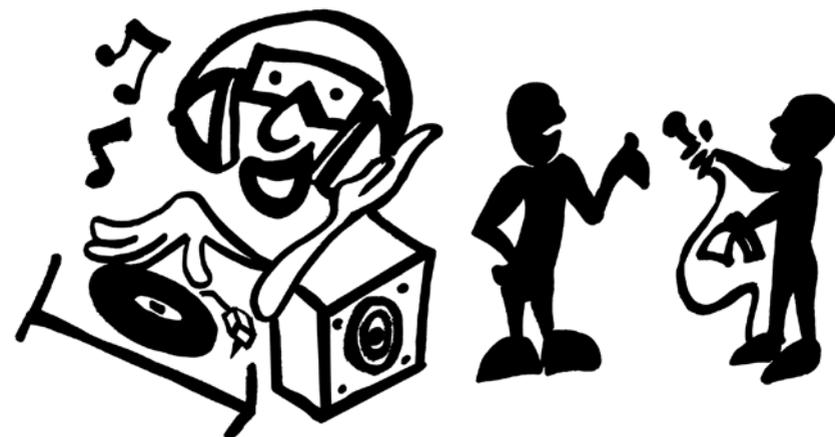
7.1 Funções em uma rádio

Embora as rádio comunitária, de um modo geral, sejam geridas com muito sacrifício e dedicação de voluntários, nem tudo precisa ser feito sozinho, de modo isolado. Existem funções que podem ser divididas na realização de um programa. Há um aspecto muito positivo nisso, pois permite a integração e aproximação de participantes, estimulando o trabalho coletivo. Além disso, pode ser uma forma de facilitar a vida dos envolvidos e qualificar o programa, pois o trabalho fica dividido, tem mais cabeças para pensar e experiências para compartilhar. As funções mais comuns no exercício da radiodifusão são:

- **Produtor**: é aquele que prepara o programa para ser apresentado. Faz a pesquisa e monta o texto, seleciona as músicas, marca as entrevistas e confirma tudo para ver se na hora vai dar tudo certo;
- **Apresentador ou Locutor**: é o que fala no microfone, lê o texto, improvisa, e faz comentários;
- **Repórter**: é o que sai para coletar as informações, investigando através de entrevistas e pesquisa;
- **Técnico de som ou operador**: é o responsável pela operação dos equipamentos no estúdio, descritos anteriormente.

16 Para saber mais, ver os livros **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania, de Cicilia Peruzzo (p. 142-158) e **No ar... uma rádio comunitária** de Denise Maria Cogo (p. 135-148).

Acontece que muitas vezes uma só pessoa faz tudo isso nas rádios comunitárias devido à escassez de voluntários para ajudar. O mais importante é que cada etapa da construção do programa seja planejada, para que a qualidade seja a melhor possível. É importante pelo menos fazer a pesquisa e o roteiro, conforme vamos aprender mais adiante. Caso for possível e viável financeiramente, seria muito interessante a rádio contratar profissionais que pudessem dedicar-se às tarefas mais técnicas. Isso propiciaria mais tempo e disposição para a comunidade protagonizar a comunicação, através da criação e participação nos programas. Mas duas restrições devem ser observadas neste sentido. Estes profissionais devem ser preferencialmente contratados entre os moradores da comunidade, privilegiando a geração de renda junto à área de transmissão da rádio e estimulando a busca por formação adequada. Além disso, esta proximidade é muito importante para garantir a familiarização com os assuntos da comunidade. E este procedimento também prestigiaria as categorias da área de comunicação, abrindo caminhos para um novo nicho de mercado para este tipo de profissional, quase sempre recrutado pela grande indústria da comunicação. Uma segunda restrição diz respeito ao papel destes profissionais na rádio comunitária, que deve ser estritamente técnico, como um funcionário da emissora. É preciso ficar sempre atento ao fato de que a gestão da rádio deve ser exercida coletivamente, de modo a evitar um encastelamento tecnocrático por parte destes. Como morador da região, este profissional pode participar das decisões, mas jamais pode reivindicar privilégios em função do seu posto.

Ivan Vieira

Exercício 1

Escolha duas funções dentre as apresentadas, às quais você gostaria de realizar na sua rádio. Exponha sua resposta para a turma e justifique o porquê da escolha.

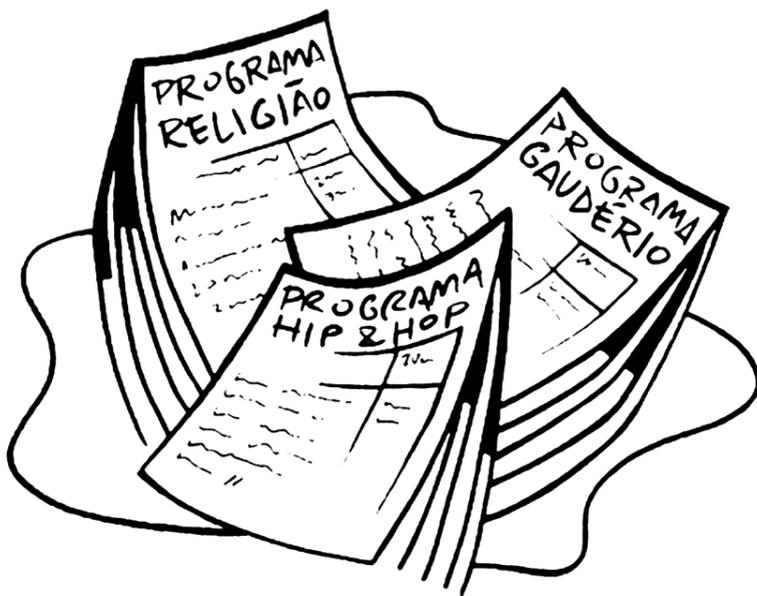
7.2 Programação e programas

A programação em si, é o conjunto ordenado de tudo o que é transmitido pela rádio, ou seja, todos os programas veiculados. Não existe uma regra fixa sobre os tipos de programas para rádio. Os diversos tipos podem confundir-se, dependendo da criatividade empenhada na produção e até de ponto de vista. Mas, para fins didáticos, citamos seis tipos mais comuns, conforme o que é veiculado nas rádios comunitárias:

a) Noticiários

São os programas de divulgação de notícias, mais vinculados à prática padrão do jornalismo. Na rádio comunitária, é importante dar destaque às notícias da comunidade, do município e da região.

b) Formativos/educativos

Programas educativos devem ter uma preocupação com a cultura e a educação. O objetivo é aumentar o conhecimento do ouvinte sobre o tema apresentado. Os programas musicais,por exemplo, podem informar sobre tipos de música, resgatando, por exemplo, a cultura nativa. Outro exemplo é o dos programas femininos, dirigidos a donas-de-casa, que podem falar sobre problemas de higiene na alimentação, saúde, cuidados com crianças. O fundamental é ter um bom profissional da área para falar: médicos, psicólogos, professores, nutricionistas e outros.

Sylvio Ayala

c) Lazer/diversão

Os programas só de música são o exemplo mais comum deste tipo de programa. Mas é possível, por exemplo, produzir programas de humor, com um locutor divertido e/ou um bom contador de piadas. Existem as radionovelas, por exemplo, que fizeram muito sucesso no passado, mas hoje em dia são muito raras. Esta experiência já foi resgatada em algumas rádios comunitárias. Pode-se também realizar programas com jogos, perguntas e testes de conhecimento, distribuindo brindes que podem ser doados por estabelecimentos da região. Neste tipo de programa, o limite é a criatividade de quem o faz.

d) Esportivos

Embora possam ser identificados como programas de lazer/diversão, pode-se enquadrá-los em uma categoria específica, tamanha é a audiência deste tipo de programa. Só para se ter uma idéia, nas rádios AM comerciais, eles são a parte mais popular da programação. O futebol não é o único esporte sobre as quais as emissoras falam, mas é o principal. Na rádio comunitária, deve-se dar destaque ao esporte local, cobrindo, por exemplo, os times de futebol popularmente conhecidos como “da várzea” ou ainda competições estudantis em escolas da região.

e) Cultura local/comunitários

São programas voltados especificamente à constante prestação de serviços à comunidade, buscando a intimidade entre a rádio e os ouvintes. Os programas de cultura local são destinados a divulgar os espetáculos, inaugurações, feiras, rodeios, encontros, cursos, peças de teatro, filmes, entre outras atrações culturais da comunidade. Promovem as agendas com a programação cultural da região de abrangência, procurando sempre estimular e popularizar estes eventos entre os ouvintes. Divulgar estas atividades, em especial as gratuitas, é uma ótima maneira para promover o acesso e o compartilhamento destas culturas para a população. Para este tipo de programa, pode ser bem interessante o uso do já citado enlace (“link”), possibilitando a transmissão diretamente do local do evento. Já os chamados programas comunitários servem como um canal para atender aos anseios da comunidade, buscando soluções de problemas específicos da região. Aqui entram também ofertas de trabalho, achados e perdidos, bem como reclames de ouvintes. Este tipo de programa é muito importante para a rádio comunitária. Suas informações podem ser reutilizadas em forma de notas que podem entrar em qualquer outro programa. Mas é prudente não confundir com os programas de caráter popularesco das rádios comerciais, onde comunicadores carismáticos praticam assistencialismo de resultados, explorando casos policiais e escândalos de modo sensacionalista e dramático.

f) Místicos/religiosos

São programas que divulgam crenças e/ou cultos, expressando espiritualidades vinculadas às mais diversas religiões existentes. Podem tronar-se problemáticos para a rádio, na medida em que geram uma segmentação que não faz parte do que é comum a todos, do comunitário. Respeitando-se o direito às diferentes crenças, onde cada uma vê deus de uma forma, não seria correto dar espaço a uma religião sem dar às outras. Para atender esta demanda, corre-se o risco de "entupir" a programação com programas religiosos de pastores, padres, mães de santo, gurus e bruxos. Por isso, sugere-se, se for o caso, reservar um horário ou espaço específico para este tipo de programa, que será dividido entre as diversas correntes de forma igual. De modo que, a cada programa, seja apresentada uma visão diferente do assunto sem a necessidade de censurar ninguém.

Exercício 2

A partir de suas experiências, gosto pessoal e conhecimento do assunto, crie um programa de rádio. Você pode se inspirar nos tipos de programas citados acima. Crie um título (nome), sugestão de horários de emissão e duração fixos e uma rápida apresentação do seu programa, tentando imaginar como ele vai ser produzido. Não se preocupe com todos os detalhes. Neste momento, o mais importante é criar uma idéia do que você gostaria de ouvir na sua rádio comunitária, levando em conta tudo o que já foi estudado. Exponha para a turma e discuta a sua idéia.

7.3 Gêneros

Esta classificação dos programas não é fixa porque um programa de diversão pode ser formativo e vice-versa. O esportivo, por exemplo, pode conter a narração ao vivo dos jogos de futebol, debates e entrevistas antes e depois dos jogos, reportagens jornalísticas e boletins informativos. Definir um tipo é apenas um artifício para dar coesão e identidade ao programa. Por isso, vamos pensar em uma outra divisão, que chamaremos gêneros. Esta divisão pode se aplicar a todos os tipos de programas, definindo o estilo, o modo como o programa vai ser conduzido. Diferente do tipo, que define a identidade do programa, o gênero pode variar em um mesmo programa, criando uma identidade mais eclética. Um programa sobre cultura local pode adotar entrevistas e debates em um dia e apresentar músicas de artistas locais em outro, por exemplo. Ou ainda misturar todos estes gêneros em um só programa. Em um noticiário, por exemplo, temos os chamados **gêneros jornalísticos**, que são as diferentes formas como as notícias podem ser apresentadas. Vamos sugerir basicamente sete gêneros mais comuns:

a) Mesa redonda: debate e painel

Com este tipo de programa se aborda um tema de interesse para o público através de um diálogo entre as personalidades envolvidas ou conhecedoras de um tema. Elas são convidadas para que apresentem suas argumentações a favor ou contra. No caso do **debate**, são pessoas com pontos de vista diferentes e o objetivo é o confronto de opiniões. Já no **painel**, os convidados expõem opiniões que se complementam, proporcionando um quadro mais completo sobre o assunto. O programa deve, de preferência, ser conduzido por um apresentador/moderador, que deve procurar manter-se imparcial e à margem da discussão. Este moderador é importante para amenizar conflitos e dividir os tempos de fala, impedindo que algum dos convidados "tome conta" do assunto ou até mesmo que o programa vire uma bagunça com todo mundo falando ao mesmo tempo. Ele tem que regular as intervenções e fazer que sejam proporcionais, concedendo espaço para todas as perspectivas. É importante que, de tempos em tempos, o moderador reapresente o tema e os convidados, para situar os ouvintes que estão sintonizando a rádio ao longo do programa;

b) Entrevista

É um modelo jornalístico que acontece através do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado, que é um protagonista de algo. Nas rádios comunitárias, é uma ótima forma para a manifestação dos moradores da comunidade, permitindo que se conheçam melhor. A entrevista abre um amplo espaço de participação, para que as pessoas possam falar da sua realidade, operando diretamente no sentido da identidade local. Elas podem despertar o espírito de solidariedade enquanto dão voz a quem normalmente não tem acesso aos grandes meios. Nem por isso, entretanto, deve-se chegar ao extremo de abrir o microfone para qualquer um dizer qualquer coisa, pois não é esta a função de uma rádio comunitária. É preciso ter claro que a entrevista deve servir para comunicar alguma coisa, informar os ouvintes, os leitores ou os telespectadores sobre determinado fato que, de preferência, interesse à comunidade.

Para planejar melhor a entrevista, podemos classificá-la de acordo com os objetivos:

- **esclarecimento** – aquelas que servem para se conhecer melhor o assunto que se está tratando ou para esclarecer um assunto confuso do conhecimento do entrevistado;
- **análise** – aquelas que servem para se entender melhor os problemas ou para se descobrir as causas dos mesmos. Também servem para aprofundar algumas respostas superficiais;
- **ação** – servem para passar da teoria à prática, para que os entrevistados expressem as ações que vão desenvolver em relação aos problemas analisados;
- **personalidade** – quando o interesse é a própria pessoa que estamos entrevistando, o importante é conhecer a vida dessa pessoa.

Sylvio Ayala

Como preparar a entrevista:

- ✓ O entrevistador deve ter bem claro antes do início da entrevista o tema que será abordado;
- ✓ Selecionar o entrevistado mais adequado para falar sobre o tema;
- ✓ Se o entrevistador não conhece o tema, deve antes consultar e ler o máximo possível de textos sobre o assunto. Quanto mais o entrevistador estiver informado, mais ele poderá tirar do entrevistado;
- ✓ O entrevistador deve anotar os pontos principais para, depois, questionar o entrevistado;
- ✓ Pode-se conversar com o entrevistado sobre o assunto, para que ele seja bem entendido em todos os seus detalhes, mas não deve ensaiar, porque mata a espontaneidade do diálogo. Não se deve dizer ao entrevistado quais as perguntas que vão ser feitas.

A estrutura da entrevista:

- ✓ No início tem que apresentar o convidado e dizer por que ele foi convidado (com alguns dados que justifiquem a presença);
- ✓ É importante que o entrevistador ordene as perguntas com uma certa lógica. É bom preparar um questionário, mas o entrevistador deve ter a capacidade de modificar as perguntas no transcorrer da entrevista e descobrir em cada resposta algo que encaminhe à pergunta seguinte;

- ✓ Como na mesa-redonda, lembre-se de reapresentar o tema e o entrevistado durante a entrevista;
- ✓ No final da entrevista, é importante que se faça um resumo dos principais pontos abordados;
- ✓ Ao encerrar, agradecer ao convidado pela presença.

Como fazer uma entrevista?

- ✓ O entrevistador ocupa o lugar do público e deve, portanto, falar com palavras simples e populares, que todos os ouvintes entendam;
- ✓ O entrevistador deve tomar cuidado para não demonstrar que sabe mais que o entrevistado, porque pode constrangê-lo e deixá-lo nervoso. Lembre-se que o entrevistado é quem está ali para falar do assunto, senão não precisava a entrevista;
- ✓ Na medida do possível, não dar opinião ao formular as perguntas nem acrescentar às respostas comentários pessoais, pelas mesmas razões do item anterior;
- ✓ O entrevistador deve criar um clima comunicativo, começando pelas perguntas mais simples e menos complexas e incômodas, para que o entrevistado vá relaxando aos poucos. Lembre-se que muitas pessoas costumam ficar muito constrangidas diante do microfone;
- ✓ Procurar fazer perguntas curtas, que permitam respostas completas;
- ✓ Se a resposta do entrevistado começar a ficar muito longa, o entrevistador deve intervir com outra pergunta, para dar uma quebrada e a entrevista não ficar muito cansativa;
- ✓ O entrevistador tem que saber ouvir o entrevistado - isto é muito importante porque vai permitir novas perguntas, explorando os novos caminhos que podem resultar da conversação;
- ✓ Não tem que tomar para si o microfone, de modo algum;
- ✓ Tem que ter um tom vivo e animado, de interesse na conversa, estimulando o entrevistado a falar;
- ✓ Não manipular a entrevista. Cada pergunta deve ser uma decorrência do assunto que está sendo tratado, para que o ouvinte fique bem esclarecido acerca dele. O entrevistador não deve fazer perguntas de tal maneira que não deixe alternativa ao entrevistado senão dar razão a ele;
- ✓ Se a entrevista for feita por telefone do estúdio, evite falar mais alto. Evite fazer os tiques telefônicos (*sim, hum-hum, ok...*). Se for externa, num local fora do estúdio, é importante testar antes o gravador, as pilhas, ter fita limpa, buscar um lugar tranqüilo e mover o gravador colocando-o próximo à boca do entrevistado e do próprio entrevistador;
- ✓ É importante salientar que o entrevistador deve descobrir o seu próprio método de fazer a entrevista, aquele que melhor se encaixa com a sua personalidade.

c) Comentário

É um gênero radiofônico mais criativo e serve para expressar a postura ideológica da emissora ou do seu autor. O comentário tem que ajudar a uma melhor compreensão da atualidade e dar aos ouvintes os elementos necessários para interpretá-la.

Preparação:

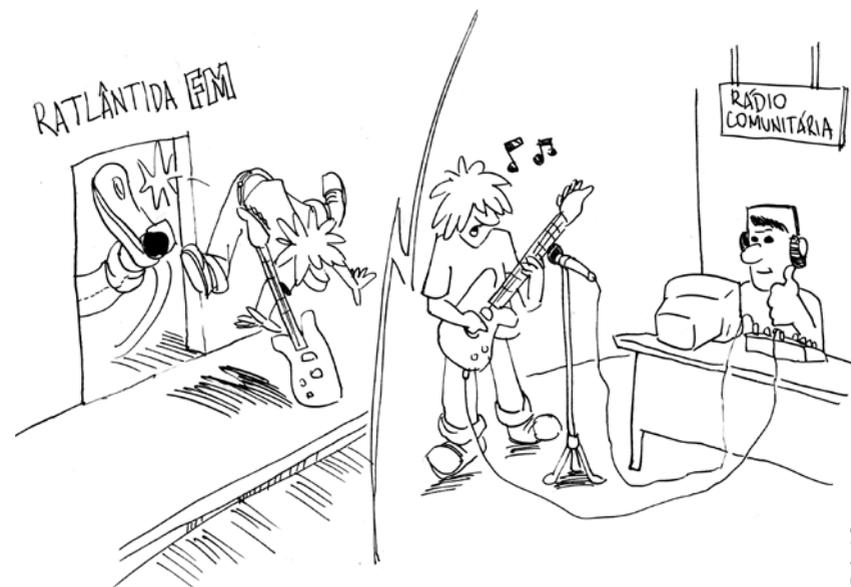
- ✓ Seleciona-se o tema e avalia-se apenas um ponto de referência para desenvolvê-lo, porque, do contrário, pode-se criar confusão com a ampliação do assunto. Esta seleção pode ser feita pelo próprio comentarista ou pela equipe de produção, caso exista uma. Os temas da atualidade devem ser analisados, com suas maiores repercussões, e selecionados para comentar, determinando as linhas do comentário;
- ✓ Pesquisa-se o tema em vários locais. É necessário que se esteja atualizado com informações gerais da imprensa, de livros, revistas, Internet, etc;
- ✓ Então, é feito um esquema do que será dito, seguindo a seguinte estrutura:

REDAÇÃO:

- ✓ Linguagem clara e popular, o mais correta possível;
- ✓ Utilizar o humor, a surpresa, ditados populares, usar comparações com fatos da realidade dos ouvintes;
- ✓ Cuidar para não fazer um texto sofisticado.

LOCUÇÃO:

- ✓ O comentário tem que ser lido pelo autor do texto ou falado de improviso, mas com domínio do assunto. É a pessoa que pensa sobre o tema, que entende o significado do que quer dizer e se identifica com o assunto. Ele transmite uma opinião formada por conceitos, idéias e sentimentos;
- ✓ O tom usado é de interpretação, e não de uma notícia;
- ✓ Não tem que ser como uma aula, onde o professor fica acima do aluno. O locutor deve estar no mesmo nível do ouvinte, conversar com ele. O ritmo tem que ser pausado e explicativo;
- ✓ Ao expressar o pensamento, deve-se ter cuidado para não ser demagógico. Para evitar isso, é importante ter controle dos termos e não apoiar os argumentos em autoridade moral de pessoas ou crenças. Não se deve ter medo de questionar. Deve-se tomar cuidado para não manipular a informação em favor próprio.

Rafael Costa

d) Musical

É um gênero que pode adaptar-se a qualquer tipo de programa. Aliás, ele é fundamental para atrair e preservar os ouvintes. Mas é muito importante zelar pela qualidade do que é tocado na rádio. Lembre-se que não é uma rádio comercial, então não dá para se limitar a tocar só as músicas da moda. É preciso pesquisar, conhecer músicas novas e antigas para sempre oferecer ao ouvinte uma cultura diferente da grande mídia. Também inclui a música dos moradores da comunidade. Prestigie e divulgue a arte local, mas também estimule a qualidade do que é produzido. Discuta com a comunidade e sempre procure selecionar o que vai ser tocado a partir de critérios adequados para uma rádio comunitária, levando em conta o seu papel social. Tocar qualquer coisa só porque é a música de um amigo não deixa de ser uma forma de jabá.

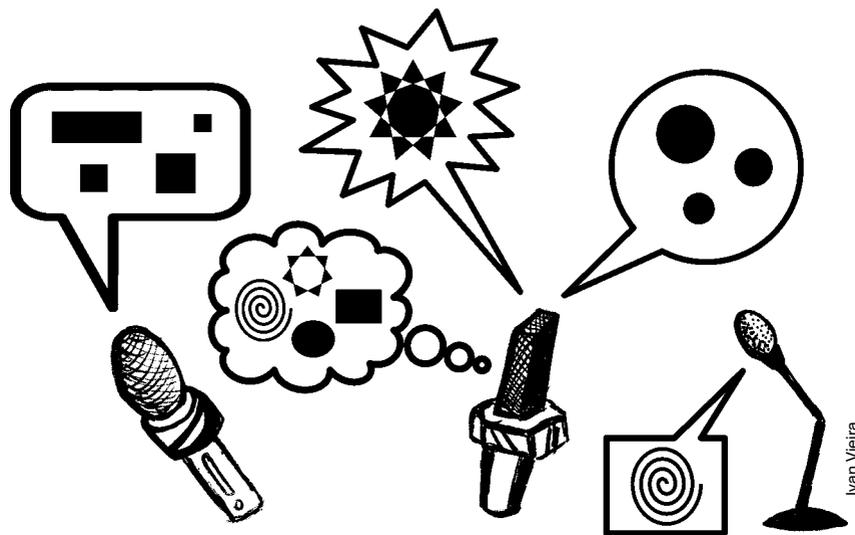
e) Notícia

A compreensão sobre o que é uma notícia muda de acordo com quem a está gerando. E isso de acordo com alguns critérios de proximidade, atualidade, conseqüências, impacto, relevância e universalidade. Segundo o *Dicionário Aurélio*, notícia é “informação, exposição curta de um assunto”. Em termos mais jornalísticos, conforme o *Dicionário de Comunicação*, é um “relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público”. Assim, o que é notícia para a Rede Globo, por exemplo, nem

sempre é interessante para o entendimento de uma rádio comunitária. E o contrário também é verdadeiro.

Ao pensarmos a informação, temos que construí-la de uma forma clara para que seja bem compreendida pelo nosso público. Destacamos a seguir alguns pontos a se observar.

LIDE: É um termo criado a partir da palavra inglesa "*lead*", que significa "guia" ou "o que vem à frente". De modo bem simplificado, é uma base inicial para construir uma notícia. Um alicerce que fornece ao ouvinte as informações básicas sobre o tema abordado, procurando prender a sua atenção. Embora um pouco contestado pelas modernas teorias de jornalismo, ainda oferece uma solução bastante didática e eficiente para a construção de notícias, agrupando as principais informações de um acontecimento. Assim, a idéia do LIDE sugere que, para melhor compreensão da notícia, é importante responder pelo menos às seguintes perguntas:

O **QUE** aconteceu? Descrever com precisão o fato;
Com **QUEM** aconteceu? Quem organiza, quem realizou, suas características;
QUANDO aconteceu? A data, hora ou turno em que aconteceu o fato – falar do antes e do depois;
ONDE aconteceu? Falar do lugar onde o fato aconteceu, endereço ou localidade;
COMO aconteceu? Falar do jeito como aconteceu o fato noticiado;
POR QUE aconteceu? Falar das causas que provocaram o fato e, se possível, das conseqüências.

Uma dica para ajudar a decidir se a informação que você tem pode ou não virar notícia, é verificar, por exemplo, se ela encaixa em algum dos seguintes tópicos:

- ✓ Mais importante, assuntos relevantes para a comunidade;
- ✓ O mais caro ou barato, o que aumentou ou baixou de preço;
- ✓ Tragédias e problemas que assolam a comunidade;
- ✓ Fatos recentes, que acabaram de acontecer;
- ✓ Coisas incomuns, curiosidades ou causos;
- ✓ O que vai acontecer, novidades e serviços disponíveis;
- ✓ Os últimos ou mais à margem, projetos solidários que merecem ajuda;
- ✓ Os primeiros, maiores, que destacam-se por mérito e precisam de apoio.

Numa rádio comunitária, as notícias devem ser dadas conforme sua importância, nessa ordem:

1. Comunidade;
2. Município/Região;
3. Estado;
4. País;
5. América Latina;
6. Mundo.

A estrutura da notícia:

- ✓ Priorizar os dados mais importantes para a informação a ser dada;
- ✓ Na medida do possível, tem que ter pelo menos os principais dados conforme proposta do LIDE;
- ✓ Caso necessário e possível, um corpo formado por parágrafos onde acrescentamos dados novos e recordamos alguns dos mais importantes;
- ✓ Um fechamento com os dados para que o ouvinte recorde o fato e/ou fique com a perspectiva das conseqüências;
- ✓ É possível ainda adicionar algum comentário ou entrevista que possa dar mais vibração, se for o caso, mesclando recursos de outros gêneros.

A linguagem da notícia:

- ✓ É dupla, porque além da gramática em si, tem a linguagem do sentido que se dá a ela, que interfere na forma como o ouvinte vai recebê-la;
- ✓ Tem que ser de uso corrente e compreensível para todos que a ouvem (se for usada uma palavra que seja difícil, tem que explicar o que significa);
- ✓ Especialmente para o rádio, usar palavras curtas, frases curtas e com estrutura lógica. Tem que usar sinônimos, evitando ao máximo repetir palavras.

A duração das notícias

- ✓ Existe um padrão internacional, que sugere tempos, de modo a prender a atenção do ouvinte. Mas não é uma regra geral, apenas uma sugestão visando tornar o noticiário mais atraente;
- ✓ Sugere-se entre 15 segundos e 30 segundos para os flashes informativos;
- ✓ Sugere-se entre 30 segundos e 1 minuto e 30 segundos para as notícias que só têm textos;
- ✓ No máximo 2 minutos para as reportagens, sempre cuidando para não tornar o programa cansativo;
- ✓ Em média, 12 linhas de uma lauda compõem um minuto. Uma lauda é uma folhinha com 12 linhas de 65 ou 72 caracteres (toques datilográficos), que contém várias informações e critérios para orientar o locutor.

Há diferentes formas de narrar as notícias. Algumas formas adotadas são:

- ✓ **Notícias que só têm texto:** são as notícias que o locutor lê, de preferência têm que ser curtas;
- ✓ **Notícias com texto e sonora:** são notícias que têm texto com trecho(s) de entrevista(s) ou mesmo entrevista(s) completa(s), ou ainda enquetes, para ilustrar a informação. Servem para dar mais credibilidade às informações, romper com a monotonia, ampliar o tema e aumentar a participação popular;
- ✓ **Boletim:** notícia feita por um correspondente, um repórter que narra os fatos noticiosos produzidos no local onde eles estão acontecendo. Este tipo de notícia pode ter só texto ou texto e sonora. Podem ter uma abertura feita no estúdio pelo apresentador do programa. Na maioria das vezes, estas notícias são transmitidas ao vivo e, portanto, é necessário saber improvisar e fazer um roteiro mínimo prévio com destaque para os itens mais importantes do acontecimento.

É necessário também que se pense alguns **CRITÉRIOS PARA A MONTAGEM** do noticiário. Os critérios podem variar entre:

- ✓ geográfico - local, regional, nacional e internacional;
- ✓ por assuntos - política, economia, social, cultura;
- ✓ por atualidade - a notícia mais nova é a primeira;
- ✓ pode-se fazer uma mistura entre esses critérios. Mas o importante mesmo é pensar a organização do noticiário;
- ✓ as notícias de maior importância têm que estar entre as manchetes, que são lidas com destaque. As manchetes vão no início do programa e dão uma idéia pro ouvinte do que o programa vai falar. Se quisermos, podemos fazer um resumo do que falamos no fim do programa. As manchetes e resumos têm que ser com frases curtas e completas, mas não telegráficas.

f) Reportagem e rádio-documentário

O mais simples é pensar a reportagem como uma notícia aprofundada. O rádio-documentário segue a mesma linha, e não é muito precisa a diferença entre estes dois gêneros. Ambos buscam ir além da notícia comum. A idéia é fugir do superficial, abordar os detalhes do fato, do assunto, que não podem ser esclarecidos em poucos segundos ou linhas. A boa reportagem é fruto de um esforço de contatar as fontes, colher o maior número de informações possíveis e verificar a veracidade delas. Por isso, demora mais tempo para ser produzido. Em alguns casos, pode levar meses até ser concluído. O livro *Rádio: o veículo, a história e a técnica*, de Luiz Artur Ferrareto, sugere que o rádio-documentário "baseia-se em uma pesquisa de dados e de arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante". Inclui recursos de sonoplastia, montagens e elaboração de um roteiro prévio para conduzir melhor seu andamento. Em síntese, tratam-se de grandes matérias, com inserção de diversas entrevistas gravadas e uma série de informações sobre determinado assunto. O importante é o repórter trazer diversos aspectos da questão abordada, ponto e contraponto, de modo a ampliar a reflexão do ouvinte.

g) Revista

Quando se fala em revista logo se pensa em revistas de papel. Certo? Sim e não. No rádio também existe revista. Rádio revista é mais um tipo de programa que pode ser produzido no rádio. Muitos dos programas que se escuta no rádio são do tipo revista porque apresentam entrevistas, informações e diversão. Como numa revista de papel, mas sem as fotos. Uma boa revista de rádio é um programa muito ágil e gostoso de escutar porque sabe misturar informação e diversão na medida certa.

A rádio revista pode ter um tema só, tipo revista esportiva, ou ser uma revista de atualidades e passar notícias gerais, sempre passando informações práticas para a vida das pessoas. Podem ter a duração de 15, 30, 45 minutos, até uma ou duas horas, dependendo da programação, da disponibilidade dos locutores/apresentadores, da idéia do programa. As revistas podem ser diárias ou semanais.

É um programa com conteúdos variados, ligados por um apresentador, que vai marcando o estilo. Estes conteúdos podem ser considerados como micro-espaços do programa, em alguns casos fixos. A revista utiliza os diferentes gêneros jornalísticos: a entrevista, a conversação, o debate, comentário etc, todos falando de temas da atualidade, além de gêneros de entretenimento, como uma conversa de análise, a radionovela, apresentações musicais e por aí afora.

A linguagem é de fácil compreensão. Para se ter uma boa audiência em temas muito complexos, o apresentador pode criar formas de se colocar mais próximo do público. Normalmente a revista é feita ao vivo e o roteiro não está fechado. Há possibilidade da entrada de um repórter a qualquer momento, por exemplo.

Sylvio Ayala

IMPORTANTE! Uma rádio comunitária não precisa, nem deve fazer tudo como numa rádio grande, comercial. A comunidade pode falar na sua língua e inventar coisas novas, diferentes e criativas. O rádio é um meio de comunicação muito rico e, se for encarado com prazer e alegria, é um brinquedo com diversas maneiras de se jogar.

7.4 Outros recursos radiofônicos

O rádio é o veículo de mais baixo custo para ser instalado. Conseguir colocar a emissora no ar é o primeiro passo, mas os programas devem ter qualidade. Para isso, além do cuidado com o conteúdo e com as informações veiculadas, o rádio oferece diversos recursos sonoros que podem ser usados para enriquecer a produção. Um programa que é totalmente falado, todo o tempo, é cansativo para o comunicador e também para quem está ouvindo. Mesmo que a emissora não tenha muito dinheiro, com criatividade há como inventar maneiras de construir uma identidade para cada

programa: dá para colocar músicas, vinhetas e outros elementos que o veículo possibilita, que deixam o programa mais interessante e prendem a atenção. Mas essas alternativas não devem ser usadas em excesso, ou corre-se o risco de que se torne chato.

Além disso, a tecnologia permite que os conteúdos sejam aperfeiçoados e que outras pessoas participem do programa, mesmo que não possam estar presentes no estúdio no momento da gravação ou veiculação.

VINHETA DE APRESENTAÇÃO: é a abertura do programa, com locução e música. Ela deve ser simples e fácil de recordar, para que a audiência reconheça o que está começando. Para a escolha da música da vinheta temos que pensar no conteúdo que vai ser abordado e no público ouvinte, para que tenha relação com a “cara” que queremos que o programa tenha;

VINHETAS DE PASSAGEM: pedaços de músicas para dar destaque ou separar as notícias. Não são músicas inteiras nem trechos muito longos;

EFEITOS ESPECIAIS: são sons que podem sugerir imagens ou imitar realidades. Por exemplo, a chuva, o ruído do tráfego, uma porta que se fecha, um telefone tocando. O mais comum é que sejam sons pré-gravados, mas também é possível fazer direto no estúdio com alguns materiais baratos e fáceis de encontrar. São a essência da chamada sonoplastia;

SILÊNCIO: é a ausência de qualquer som, palavra ou música. Por mais que pareça contraditório utilizar o silêncio como um recurso radiofônico, ele serve para valorizar os sons precedentes ou posteriores. Um silêncio medido e intencional pode provocar sensações, emoções e idéias. Também serve para dar um momento de respiro ao comunicador e à audiência para que as informações sejam organizadas e assimiladas. Só não pode ser muito demorado, pois os ouvintes podem pensar que a emissora saiu do ar ou que o comunicador se perdeu na condução do programa;

RECURSOS DE INTERAÇÃO: hoje em dia, há várias possibilidades de os ouvintes participarem sem que precisem ir até o estúdio. Podem ser disponibilizados para os ouvintes:

- um número de telefone celular para que sejam enviados torpedos (mensagens de celular);
- um endereço para correio eletrônico (e-mail) do programa, da rádio ou do apresentador;
- endereços eletrônicos para mensagens instantâneas, como o Windows Live Messenger ou o Skype, ferramentas que possibilitam a troca em tempo real de mensagens, por vezes com o uso de som e imagem.

Assim, enquanto estiver fazendo e veiculando o programa, o comunicador ou seus ajudantes podem receber dicas e avisos, informações que podem ser repassadas à comunidade. Também é possível levantar questionamentos e obter respostas que demonstram o que os ouvintes pensam. Desta forma, o programa fica ainda mais interessante para quem está escutando e as pessoas se sentem mais próximas à rádio;

RECURSOS PARA ENTREVISTAS: nem sempre os entrevistados podem comparecer à emissora na hora do programa. Isso pode ser resolvido através de outros recursos. A entrevista pode acontecer pelo celular, que é configurado na opção viva-voz e assim todos escutam o que está sendo dito. Também pode ser concedida pelo Skype, um programa de computador que permite comunicação de voz instantânea (e também de vídeo) gratuita e pela Internet.

ATENÇÃO! É preciso ter cuidado com o ruído, que são os sons indesejados que podem ser escutados por quem acompanha a programação da rádio. Os ruídos dificultam a transmissão e a recepção das mensagens. Alguns exemplos de ruído são o barulho das folhas de papel sendo mexidas, o pigarro ou espirros do apresentador, risadas e cochichos, além de interferências na transmissão do som.

7.5 Formas de realização do programa

A execução do programa pode ser feita basicamente de 2 formas:

AO VIVO: exige planejamento, coordenação e entrosamento da equipe. Isto é muito importante, porque a chance de ocorrer erros é maior. Tem como vantagem a instantaneidade, a participação no ar do ouvinte e a comunicação espontânea entre os membros. O programa ao vivo pode usar arquivos gravados, como reportagens, entrevistas, enquetes. Isto sem falar nas músicas e cortinas, essenciais em qualquer programa de rádio. O programa ao vivo ocupa o estúdio de rádio e deixa as portas abertas para a participação e visitas espontâneas e inesperadas.

PROGRAMA GRAVADO: pode ser feito como se fosse ao vivo ou seguir um roteiro fechado. A vantagem é que se pode ouvir e analisar o que foi gravado, com a possibilidade de corrigir os erros. A desvantagem é o tempo gasto na produção e a ausência de interação com os ouvintes.

Exercício 3

Agora todos já escolheram alguma função e têm uma idéia de programa. Então:

a) Junte-se aos colegas que escolheram o mesmo tipo de programa que você;
b) Tente formar grupos de modo a compor uma equipe de rádio, a partir das funções definidas: produção, locução, reportagem e operação. É importante tentar compor grupos nos quais as funções fiquem bem divididas. Não adianta, por exemplo, uma equipe com 3 operadores e um repórter. Seja flexível e pense no coletivo. Caso haja necessidade, assuma mais de uma função;
c) Cada grupo deve debater de modo a construir um programa de rádio, realizando o planejamento e a produção. Criem um novo título ou aproveitem a idéia já criada por um dos membros da equipe. Definam opções de horários de emissão e duração (mais de uma opção, para negociar na composição da grade de programação), de acordo com a disponibilidade de cada um;
d) Incluam gêneros e outros recursos radiofônicos ao programa, definindo como será todo o andamento dentro do tempo proposto. Definam a(s) forma(s) de realização, tentando construir um roteiro completo do início ao fim;
e) Montem um esquema num papel, mas não se preocupem com a formalidade. Façam do jeito que quiserem. Ao final, façam uma exposição para a turma, debatendo cada programa apresentado.

7.6 Como captar as informações?

É importante lembrar que a informação é a essência da comunicação. Assim, a informação divulgada deve ser cuidadosamente estudada e selecionada. Deve atender e defender os interesses da maioria sem jamais abrir mão de critérios morais básicos como justiça, igualdade, solidariedade e verdade. Sempre de modo a colaborar no processo de esclarecimento, através da polêmica e da reflexão crítica, na construção de um canal de manifestação do poder popular, em especial no caso das rádios comunitárias. Conforme já visto, não deve, em hipótese alguma, ceder em defesa ou promoção de interesses e benefício de grupos ou indivíduos cujos objetivos estão acima ou divergem do interesse da coletividade a quem a rádio comunitária deve representar. Por trás disto, está uma característica fundamental do autêntico jornalismo combativo, que deve ser a base da informação veiculada nestas emissoras: a CREDIBILIDADE. Se o ouvinte não acreditar no que ouve ou suspeitar que está sendo enganado, provavelmente vai trocar de estação. Talvez, em um cenário mais dramático, não volte mais a ouvir o programa ou a rádio. Sempre se lembre disso ao veicular informações no ar, pois o que está dito não tem volta. Depois de dito, só restará a retratação. E, de qualquer modo, a credibilidade já poderá ter sido comprometida.

7.6.1 As fontes de informação

De uma forma simplista, pode-se dizer que fonte é tudo o que fornece informações para a construção do programa. Mas nunca esqueça a CREDIBILIDADE no momento de escolher as fontes. No caso de pessoas, procure sempre gravar os depoimentos – assim não restará margem de dúvida sobre a autenticidade da fonte. Em

alguns casos de exceção, é possível preservar a fonte, garantindo o seu anonimato. Mas, nestes casos, é fundamental que tal fonte seja de extrema confiança e, por alguma razão, seja conveniente que seu nome não apareça. Ainda assim, é importante que o ouvinte tenha pelo menos uma noção da origem da informação, com alguma pista do local ou da procedência desta fonte. Senão, a tal CREDIBILIDADE pode ficar comprometida. O ideal é sempre identificar a fonte e evitar o anonimato. Em caso de dúvida, cruze a opinião da fonte suspeita com outras fontes. Para a maioria das pessoas que estão ouvindo um programa não é interessante conhecer uma opinião se não se sabe quem a deu. É um dos aspectos fundamentais que vai diferenciar a notícia da "fofoca".

Além das pessoas, existem outras fontes úteis para a construção de uma matéria, como, por exemplo:

- ✓ **jornais, revistas, outras rádios, telejornais e agências de notícias**: tome cuidado para não reproduzir simplesmente o que é veiculado pela mídia em geral. Muitas vezes, tais informações são carregadas com uma postura tendenciosa, vinculada a interesses em desacordo com a proposta das comunitárias;
- ✓ **documentos e bibliotecas**: enciclopédias renomadas e documentos emitidos por instituição com credibilidade são ótimas fontes. No caso dos livros, procure informar-se sobre os autores para compreender melhor suas idéias e intenções;
- ✓ **correspondentes**: jornalistas que trabalham para a emissora ou o programa que têm como tarefa recolher periodicamente os fatos da sua área para enviar com a sua própria voz;
- ✓ **Internet**: a rede mundial de computadores oferece de tudo, o que presta e aquilo que não é confiável. Dentro da mídia descentralizada, existem dezenas de blogs, portais, páginas e fontes de informação populares muito interessantes. Dentre estas, estão dezenas de páginas com arquivos de conteúdos de áudio e que podem ser baixados gratuitamente. A pesquisa permanente é a melhor maneira de se informar e buscar os bons conteúdos da internet. Mas aqui, as fontes são sempre suspeitas. Priorize pesquisas fatuais, com dados brutos e legalmente respaldados, tais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Controladoria-Geral da União (CGU), etc. Além de portais renomados de movimentos populares, jornalismo de investigação e instituições de ensino. Eles darão mais credibilidade às informações veiculadas.

7.6.2 Mas de onde tirar as notícias da comunidade?

Dos próprios moradores, com suas denúncias e reclamações, por telefone ou no boca-a-boca. Na comunidade, quase todas as pessoas se conhecem e sabem o que está acontecendo com seus vizinhos e parentes. Se cada um que trabalha na rádio levar uma notícia por dia, o locutor já vai ter alguma coisa para falar no programa. Outra boa idéia é montar uma equipe de repórteres populares da comunidade. Isso rompe com a situação de mero receptor do ouvinte. Tente recrutar um grupo de ouvintes que esteja sempre ligado ao programa. Eles podem entrar ao vivo de qualquer telefone e comentar sobre o assunto do programa. Estes repórteres populares também podem fazer pesquisas e entrevistas junto à população, abordando o tema em discussão. O único porém é que esta idéia precisa de uma chave híbrida para ser implementada.

Lembre-se de priorizar as notícias da comunidade, da cidade, da região, do estado, do país e do continente, nessa ordem. Por último, em casos mais importantes como guerras, as notícias do mundo, que podem ser tiradas dos jornais diários e em grandes portais da Internet. A rádio comunitária também deve sempre tentar conseguir assinaturas cortesia dos principais jornais da cidade.

Exercício 4

A partir do exercício 3, as equipes devem buscar informações para fazer pelo menos uma notícia para inserir no programa. Esta notícia deve ser relativa a algum acontecimento da comunidade. Faça pesquisa, entreviste pessoas. Agora chegou o momento de ser um repórter popular.

7.7 Conselhos gerais sobre programas

Para que realmente o rádio seja importante para quem estiver ouvindo, é importante lembrar-se de quatro palavrinhas básicas:

INTELIGIBILIDADE: a informação que vai ao ar tem que ser compreensível. Esta é a condição que permite que um programa, uma informação, seja direta. E isto se consegue pelos seguintes pontos:

- ✓ **O SOM TEM QUE SER LIMPO E DEPENDE DE UM BOM SISTEMA TÉCNICO:** equipamentos e aparatos de gravação e transmissão, com uma correta modulação na mesa de controle, a combinação de sons deve ser agradável, conectando as vozes que irão ao ar com os outros sons que podem ser utilizados. Bom tratamento acústico do estúdio, utilização adequada do microfone etc.;
- ✓ **IDÉIAS PRECISAS:** para que a informação seja entendida, devem ser bem delimitadas e definidas as idéias que serão expostas. Faça um bom planejamento, prepare-se para o programa;

- ✓ **CONCEITOS SIMPLES:** sempre se deve ter em mente que os ouvintes formam um grupo diferente entre si. Por isso, os conceitos emitidos devem ser simplificados ao máximo, com a intenção de serem compreendidos por todos.

CORREÇÃO: toda a informação deve ser correta e, além disso, seu conteúdo deve aproximar-se ao máximo dos fatos, através de uma investigação o mais completa possível.

RELEVÂNCIA: uma informação é relevante quando o ouvinte, ao escutar o programa, se sente parte integrante desse programa. É muito importante, portanto, chamar a atenção para coisas que sejam relevantes a ele. Para que isso aconteça, precisamos conhecer a audiência, quem está nos escutando. Devemos conhecer estas pessoas, saber qual é o seu perfil. Quando se faz um programa, precisamos sempre nos colocar no lugar do ouvinte, imaginar o que ele já sabe, o que ele gostaria de falar e não pode, que pergunta ele gostaria de fazer, mas nunca se sentiu encorajado a fazer. A rádio comunitária parte do senso comum e politiza o cotidiano com os temas urgentes de uma coletividade.

LINGUAGEM: tem que ser rica e nativa. As concordâncias verbais são importantes, mas não são fundamentais. A essência do rádio na comunidade é a franqueza e a espontaneidade, falando ao microfone como conversamos com um vizinho.

- ✓ Deve-se cuidar para não usar expressões que sirvam de muletas, como “né”, “assim, ó”, “pois é”, “hum”, ”sim”, etc.;
- ✓ Não usar expressões vazias e adjetivos em abundância. Procure usar substantivos comuns de fácil entendimento e, se tiver que optar entre um substantivo positivo e outro negativo, prefira sempre o positivo. Tenha cuidado com os pronomes, pois eles podem causar confusões;
- ✓ É importante que o texto seja limpo e de fácil visualização. O indicado é escrever em espaço duplo, em linhas curtas de 60 toques, sem separar as palavras no final da linha e só escrever numa face do papel. As palavras mais difíceis devem ser escritas com destaque - em maiúsculas, separadas em sílabas ou sublinhadas, conforme veremos mais adiante;
- ✓ As frases devem ser escritas para serem faladas e não para serem lidas. Os sinais de pontuação usados são **ponto**, para pausas longas, e **vírgula**, para pausas curtas. Também pode-se usar a **barra**, (“/”) como alternativa para pausas longas entre uma frase e outra;
- ✓ Ao usar siglas, explicar no mínimo uma vez o que ela significa;
- ✓ Não usar abreviaturas quando se escreve. Todas as palavras devem ser bem pronunciadas;

- ✓ Os números devem ser escritos por extenso. Ao expor um número ou proporção, é fundamental que seja dado um exemplo compreensível para uma pessoa simples;
- ✓ É melhor que os verbos sejam usados no presente e no futuro ao invés do passado;
- ✓ O rádio tem um potencial que não pode ser comparado aos demais veículos, como o jornal, a tv e o cinema. Mas, para que isso se torne concreto, é preciso utilizar ao máximo os recursos que ele oferece, como a música, a palavra, a voz, os ruídos, os silêncios, etc.

7.8 Grade de Programação

Quanto mais tempo a rádio da comunidade conseguir ficar no ar, melhor. Mas, para isso acontecer, além de estimular a participação, é preciso planificar os programas a partir dos horários especificados, dividindo o espaço para os participantes. Assim, é necessário a construção de uma grade de programação. Algumas rádios comunitárias conseguem se manter no ar por bastante tempo. Mas, mesmo que sua rádio não fique tanto tempo no ar, é muito importante organizar os horários com as pessoas que fazem os programas. Esta grade deve ser fixada nos estúdios da rádio para que todos possam ver e acompanhar os horários. A grade também deve ser colocada na página de Internet da rádio, caso exista. Pode ainda ser divulgada na comunidade em cartazes fixados em escolas e estabelecimentos ou em panfletos. Distribuir a grade é uma boa propaganda para divulgar a emissora e atrair ouvintes e participantes.

Não há muito mistério para fazer a grade. É preciso reunir todos os programas, com os seguintes dados: dia da semana e horário de apresentação; título (nome) do programa; nome da equipe ou pessoa responsável; uma breve descrição do programa. Depois, organize uma lista destes programas linearmente, de forma a simplificar a visualização e compreensão. Uma maneira bem comum de fazer isso é dispor os programas um embaixo do outro em uma lista simples. Outra é fazer uma tabela, com os dias da semana nas colunas e horários nas linhas. Depois é só preencher os espaços com as informações de cada programa. A tabela permita uma visualização geral da grade, sendo melhor para a organização do todo. Mas, dependendo do tamanho do papel, fica um pouco difícil colocar a descrição dos programas dentro de cada quadradinho da tabela. As descrições são muito importantes para quem não conhece a rádio. Permite às pessoas saber sobre o que trata cada programa, despertando a curiosidade e atraindo ouvintes. Eis um breve exemplo:

DE SEGUNDA A SEXTA:

05:00 – Coração Nativo – Fulano de Tal e Beltrano da Silva
Música nativista, tradicional e contemporânea, abrindo espaço para novos talentos. Cobertura de eventos nos rodeios e prestação de serviços à comunidade.

08:40 – Amor, meu grande amor – Antônio Amado e equipe
Programa voltado para as mulheres da comunidade – horóscopo, delegacia de mulher, sexualidade, saúde, espiritualidade, família e beleza, aberto à participação de ouvintes.

09:30 – Samba no Quintal – Nego da Ginga, Pé de Valsa e Totó
Convidados, entrevista e o melhor do samba de raiz. Resgata a memória musical e abre espaço para novos talentos, transmitindo ao vivo de botecos e pagodes da comunidade.

11:05 – A Hora do Rock – Emiliano Maluco e Chico Fedor
Rock, rap, punk, reggae, metal, ska, e outros. Espaço para novos talentos do morro e do asfalto, buscando a integração destes segmentos.

13:30 – Cabeça Aberta – Régis Pimenta
Debates e entrevistas sobre comportamento, sexo, drogas, a política e a vida na comunidade. Dicas culturais e música nativa de qualidade.

E assim por diante, até preencher todos os espaços ou contemplar todos os programas. Não esqueça do sábado e do domingo, que são dias que as pessoas mais ficam em casa. Podem ainda existir programas que são apresentados durante todo o dia, ao longo da programação. Por exemplo:

Informe Farroupilha
Todos os dias, das 09:00 às 18:00, no intervalo entre programas – Sérgio Cabeção e Rui da ABRAÇO apresentam 10 minutos de noticiário, com muita informações novinha sobre e para comunidade.

Na medida do possível, é muito importante manter os horários rigidamente. Os ouvintes se habituam a ouvir um determinado programa em uma determinada hora, criando uma relação de identificação com a programação. Então não dá para ficar mudando a grade o tempo todo, nem ficar fazendo rotatividade de horários, porque isso, na prática, não dá muito certo e acaba incomodando parte da audiência. A pessoa liga o rádio e espera ouvir este ou aquele apresentador, ou um tipo de música do seu gosto. Pode acabar criando uma imagem errada de que a rádio é uma bagunça ou que não dá certo mesmo. E aí é ponto para as comerciais. O rádio costuma criar um vínculo entre o ouvinte e o tempo. Ele é a informação, a diversão e a reflexão, mas também é uma espécie de relógio para muita gente. Ficar atento à rigidez dos horários é muito importante. E evitem faltar aos programas ou chegar muito atrasados. Faz parte do comprometimento assumido com a comunidade. Procurem construir uma programação o mais plural possível para a rádio. E não esqueçam que as rádios comunitárias devem abrir espaço para todas as tendências, possibilitando a todos participar.

Exercício 5

Desenvolvam uma grade de programação com os programas desenvolvidos nos exercícios anteriores. Não se esqueçam de incluir na grade as informações sugeridas para que os ouvintes saibam o máximo possível sobre o que está rolando na rádio e quem está por lá. Tentem ser flexíveis quanto aos horários, pensando sempre no que é melhor para a comunidade.

8 LOCUÇÃO

A voz é a vibração sonora que os seres humanos produzem através de seus órgãos, especialmente a laringe. O ar é combustível essencial para a nossa voz, por isso a respiração adequada é uma das partes mais importantes da nossa fala. Uma postura adequada também é essencial.

A voz é o instrumento de quem trabalha como comunicador de uma rádio. Ela não pode ser usada de qualquer jeito. É a ferramenta essencial para o desempenho do trabalho na rádio e, por isso, é necessário educá-la e cuidá-la. A locução radiofônica deve ser feita de forma natural, como se fosse uma conversa com o ouvinte. Utilize o mínimo necessário de leitura no microfone e fuja das palavras complicadas. É importante salientar que a chamada “voz de rádio” está ultrapassada. Ter um vozeirão não significa que a pessoa deve trabalhar no rádio.

A voz é muito mais do que palavras, muitas vezes o significado do que queremos dizer está na maneira como dizemos isso. Algumas questões são importantes para compreender como isso tudo funciona. Na seqüência, veremos alguns elementos determinantes na locução e de que modo podemos melhor aproveitá-los.

8.1 Entonação

O jeito que você fala também é importante. O sentido da frase vai depender de como cada um expressa a informação: perguntando, exclamando, rindo, chorando, xingando. O ritmo que o comunicador usa também colabora para manter o ouvinte "ligado". Se for monótono, lento, cansa o ouvinte e ele muda de estação. Se for rápido demais, ele não entende nada e também se aborrece. O melhor é combinar ritmos rápidos e lentos.

É claro que cada tipo de programa e cada locutor tem o seu próprio estilo. É preciso cuidar pra que o público entenda o sentido do que foi dito e não pense que alguém está lendo tudo "na latinha".

Exercício 6

Ler a frase abaixo de várias formas: (1) *interrogativa,* (2) *enunciativa,* (3) *exclamativa,* (4) *chorando,* (5) *rindo,* (6) *como num informativo.*

TOMA ESTA FACA QUE DA ROÇA ELA VEM. ELA TEM PONTA? PONTA ELA TEM!

8.2 Ritmo

É a repetição mais ou menos cíclica das coisas (pode ser sons, gestos, rítmo de vida, cardíaco etc). Na rádio, o ritmo tem um papel muito importante. É com ele que vamos atrair a atenção do ouvinte ou perdê-la. Se combinamos ritmos rápidos e lentos, se fizermos uma mistura ágil, o ouvinte vai estar atento. Mas se fazemos um ritmo monótono podemos afastar o ouvinte.

Exercício 7

Ler uma notícia e comentar como foi a leitura. Utilize vários textos com sentidos diferentes. Faça a interpretação de uma notícia de jornal.

8.3 Atitude e improvisos

A atitude depende do tipo de programa. Mas é importante manter a credibilidade e o respeito pela audiência, e para isso é necessário controlar o meio em que estamos trabalhando, evitar erros e saber exatamente sobre o que estamos falando. E para manter o respeito é necessário que se saiba a quem estamos nos dirigindo. Não é a mesma coisa fazer um programa de música para adolescentes e falar sobre música clássica. Além disso, o bom locutor conhece e respeita sua audiência. Fala a mesma língua de quem está escutando seu programa e procura manter isso. O melhor improviso é aquele que está previamente preparado. É importante saber o que vamos falar, conhecer o tema, preparar um esquema dos pontos que queremos abordar, ter segurança ao falar, ter um vocabulário rico e não ter vergonha. A tranqüilidade se adquire com a experiência. Até que não se tenha a experiência, deve-se escrever tudo o que é importante para falar ao vivo e de improviso.

Exercício 8

Repita o exercício anterior, fazendo uma parceria com algum colega. Durante a locução, procure acrescentar algum improviso.

8.4 Vocalização e dicção

A locução radiofônica tem que ser feita de forma natural, como se falássemos. Deve-se evitar fazer apenas a leitura dos textos. Então, para uma boa locução é preciso estar atento à vocalização e dicção, que é a articulação clara das palavras e dos sons para que todos entendam o que está sendo transmitido. É a pronúncia de todas as sílabas, de preferência dando a cada letra o seu som exato.

Exercício 9

Antes de começar, faça uma série de aquecimento:

a) Realize alongamentos de relaxamento cervical, costas, pescoço, ombros; ajudam na postura;
b) Emita bocejos forçados, com sons. Isso ajuda na articulação;
c) Circule a língua ao redor da boca e como se estivesse varrendo o céu da boca;
d) Para projetar a voz, simule mastigações forçadas. Primeiro sem som e depois com som.

A seguir, passe aos exercícios:

1. Mover a língua e pronunciar sons problemáticos: palavras no plural, palavras com "x", com "z", com "sc" e outras.
2. Fazer uma lista de palavras para pronunciar. Colocar uma caneta na boca para exercitar. Fazer uma leitura de um texto articulando exageradamente as palavras.

Não tenha medo de nenhuma palavra, faça o exercício sem pressa e sem vergonha, procurando ouvir o som da sua própria voz. Repita em voz alta as palavras a seguir:

IOGURTE
AÇÚCAR
TESTEMUNHA
ESTUPRO
ARTIFÍCIO
BÚSSOLA
SUAR
FARSANTE
ASSOVIAR
ESTOURO
CENOURA
TROUXA
TESOURA
BEBEDOURO
BISCOITO
AÇOUGUE
DOUTOR
GÍRIA
ADEREÇO
TÉCNICO

ACESSÓRIOS
PROBLEMAS
CARROCERIA
CAÇAMBA
BAGAÇO
CICLONE
ENTRETIDO
CINAMOMO
CISNE
FÓSFORO
ERUPÇÃO
SALSICHA
SOBRANCELHA
ENTRETENIMENTO
AUTORIDADE
FALSIFICADO
ASSÉDIO
ACESSÍVEL
CESARIANA
RESIDÊNCIA

DOMICÍLIO
SOBREMESA
TIREÓIDE
FUSÍVEL
DROGAS
VESÍCULA
HERBICIDA
ADVOGADO
AZUCRINANDO
EMBRIAGADO
ENXURRADA
SÊMEN
EXORCISTA
TÓXICO
INTOXICAÇÃO
TRÁFICO
ARQUITETURA
REPOLHO
PRECISAR
ANTEONTEM

3. A repetição de trava-línguas também ajuda bastante na dicção. Repita estes exemplos abaixo em voz alta e pausadamente:

O RATO ROEU A ROUPA DO REI DE ROMA. // DENTRO DA JARRA TEM UMA ARANHA; NEM A ARANHA ARRANHA A JARRA, NEM A JARRA ARRANHA A ARANHA. // O PEITO DO NEGRO PEDRO É PRETO. // TRÊS TIGRES TRISTES NOS TRILHOS DO TREM.

8.5 Higiene vocal

É uma série de cuidados que devemos ter com a nossa voz para evitar o aparecimento de alterações e doenças e para termos uma voz mais bonita e saudável.

- ✓ Evite fumo, álcool e drogas, pois atacam diretamente o nosso aparelho respiratório e fonador, causando prejuízos a voz;
- ✓ Evite atos vocais inadequados, como pigarrear, tossir com força e competir com os sons de fundo;
- ✓ Evite o contato com fumaças tóxicas e outros tipos de poluição;
- ✓ Em caso de ter alergias que atacam a voz, siga corretamente as orientações médicas e evite situações de risco;
- ✓ Alimente-se adequadamente; prefira comidas leves, verduras e frutas antes de realizar atividades que necessitem da voz. Evite alimentos e bebidas geladas. E, especialmente, beba muita água;
- ✓ A produção da voz consome bastante energia, portanto, descanse bastante;
- ✓ Evite lugares com ar condicionado e mudanças bruscas de temperatura.

8.6 Dicas para uma boa locução

Locução das notícias:

- ✓ Os textos têm que ser bem lidos e comentados, evitando erros (para transmitir credibilidade), mas o tom tem que ser o mais natural possível;
- ✓ A dicção tem que ser o mais correta e clara possível, pois é fundamental que o ouvinte entenda o que você está falando;
- ✓ É recomendado ler as notícias previamente para entendê-las, sublinhar sempre que houver dificuldade com alguma palavra e definir a pronúncia;
- ✓ O ritmo da leitura tem que ser variado para romper a monotonia. Não pode ser muito rápido, por que o ouvinte pode não entender o que está sendo dito. E também não deve ser muito lento, porque o ouvinte pode perder a atenção;
- ✓ Não esqueça de ser natural, como se estivesse conversando;
- ✓ Evite redundância. Exemplos: subir para cima, adiar para depois, manter o mesmo time, etc;
- ✓ Fuja de chavões, clichês e jogos de palavras desnecessários.

Outras dicas que não podemos esquecer:

- ✓ Não imite a horrível característica artificial que tanto ouvimos nas rádios em geral, parecendo uma voz máscula, varonil;
- ✓ Nunca tape seu ouvido com uma mão, para ouvir-se melhor. Isso só piora;
- ✓ Nunca contraia a garganta para manter a respiração. Isto produz uma explosão inicial ao falar e compromete a produção de uma voz suave e natural;

- ✓ Ao fazer uma produção, escolha as vozes e suas personalidades, bem como a personalidade para cada texto que vai ser interpretado. É preciso manter as vozes para não descaracterizar a(s) personalidade(s) criada(s);
- ✓ Experimente contrastar as vozes, uma mais grave com outra brilhante, mais alta; a voz de barítono contra a de um contralto, a de uma criança travessa com a de uma menina doce. Com esta variedade, pode ser pintado um quadro vivo e interessante. Use a palavra e a voz humana em toda a extensão de suas possibilidades;
- ✓ Dê um ritmo agradável, que não seja monótono para quem estiver ouvindo. Seja vivo e interessante;
- ✓ A postura é essencial para a nossa fala.

9 PREPARANDO O PROGRAMA

Depois de estabelecida a proposta do programa e a que ele se destina, é relevante pensarmos na produção. Independente da linha e do estilo que forem escolhidos para o programa, precisa-se considerar os itens seguintes. Eles são importantes para que a proposta fique clara e os ouvintes consigam identificá-la – e não tenham a impressão de que quem está conduzindo está perdido, não domina o conteúdo ou não participou do processo de produção.

9.1 Idéia

É a inspiração, o elemento básico que o programa quer abordar (exemplos: reforma agrária, medicamentos genéricos, evento na comunidade). Esta idéia é a espinha dorsal do programa. Ela deve estar presente em todas as fases do trabalho. Para o programa ser completo, ele deve partir de três idéias iniciais: a idéia temática, (a nossa visão sobre o tema), a idéia narrativa (como vamos transmitir a temática - através de notícias, entrevistas, debates), e a idéia poética (como os apresentadores vão conduzir o programa, a linguagem a ser utilizada, a utilização de música etc.). As idéias podem surgir de duas maneiras: uma adaptação de um produto que já existe (uma discussão da comunidade, um evento que está sendo realizado) ou uma reunião da equipe que produz o programa (no caso de ele acontecer com uma freqüência definida).

9.2 Sinopse

É o desenvolvimento escrito da idéia, um texto em que deve ser apresentado o conteúdo do programa. A sinopse deve ser breve, incluindo os aspectos mais importantes que precisam ser abordados. Além disso, a sinopse tem que definir: o horário que o programa vai ao ar, a duração, o público a que ele se destina, se ele vai ser ao vivo ou gravado e os meios humanos - quantas pessoas são necessárias e quem está disponível.

9.3 Pré-pauta

Pré-pauta e pauta são tarefas que devem ser realizadas por quem ficar responsável pelas reportagens. A pré-pauta é um resumo do programa, indicando as reportagens que vão ao ar e o tempo de duração. As matérias não devem ser muito longas, para o ouvinte não se distrair. Uma boa condução segura um tema no ar por até 10 ou 12 minutos por bloco. Uma rádio comunitária pode compensar a falta de recursos e de reportagem na rua com participação, comentários explicativos e polêmicas:

BLOCO 1
Matéria sobre enchentes e como está a situação da população atingida pelas chuvas – 1min 30seg
Matéria sobre início das aulas e condições das escolas estaduais – 1min 30seg

BLOCO 2
Entrevista com morador do bairro que colaborou com as vítimas das enchentes – 2min
Enquete com população sobre preços do material escolar – 1min

Exercício 10

Junte-se à sua equipe para elaborar uma pré-pauta para dois blocos de 5 a 10 minutos para veicular na rádio da sua comunidade. Procurem mesclar informações gerais, sobre sua cidade e país, com assuntos que são interessantes para os moradores em seu bairro. Definam quantas matérias o programa terá, qual a duração de cada uma e a ordem em que elas vão ao ar. Apresentem a idéia aos colegas.

9.4 Pauta

São as tarefas dos repórteres, dando dicas de como elas devem ser realizadas. A pauta deve conter um indicativo de tempo máximo e mínimo para a reportagem, bem como os aspectos importantes a serem destacados. Resumindo, a pauta possui elementos para ajudar o repórter a entender o assunto e indicações de fontes para as entrevistas e/ou de informantes no local do acontecimento a ser coberto. A existência de uma pauta enriquece o produto final e organiza as idéias da equipe que está trabalhando. Observe o exemplo, baseado na primeira matéria do BLOCO 1 da pré-pauta acima:

MATÉRIA DA ENCHENTE NO BAIRRO GLÓRIA

✓ Visitar o bairro da Glória para fazer entrevistas com as crianças e moradores atingidos pela enchente.
✓ Registrar o que a enchente causou, se há mortos, feridos e desabrigados.
✓ Perguntar como a população está sendo assistida, entrevistar representantes de entidades e do governo que estão colaborando com a recuperação do local.
✓ Apresentar os casos mais graves e destacar um que chame mais a atenção. Na Rua da Assunção, 250 crianças estão num barracão aguardando a ajuda do governo, pois elas perderam tudo.
✓ Já foi marcado horário com o representante da Associação dos Moradores: 10 horas na rua do Senhor Pelegrino, 520 - Bairro da Glória. Procurar por José Alves.

Tempo: 1min 30seg
Repórter: Maria Luiza Bernardes

Exercício 11

Agora, elaborem a pauta de dois dos assuntos escolhidos para o programa no exercício anterior. Reflita sobre os gêneros a utilizar e entrevistas que poderiam ser interessantes. Seria importante fazer uma enquete? Que livros, revistas, jornais e outros recursos o repórter pode consultar para conseguir mais dados e informações?

9.5 Pré-roteiro

É um esboço do roteiro, mais simplificado, onde deve constar a ordem em que as reportagens, entrevistas e enquetes vão ao ar e o tempo aproximado:

Apresentação: 1min
Vinheta para as manchetes: 10seg
Manchetes: 1min

BLOCO 1
1) Reportagem sobre enchentes – 1min 30seg
2) Nota sobre enchentes em outras localidades do estado – 30seg
3) Entrevista com representantes da prefeitura sobre as enchentes – 1min
4) Previsão do tempo para a região sul – 30seg

BLOCO 2
5) Reportagem sobre volta às aulas – 1min 30seg
6) Entrevista com mãe de aluno – 1min

9.6 Roteiro

É a “cara” final do programa, planejado e organizado. Ele é feito depois de todas as partes estarem prontas e redigido na seqüência em que elas vão ao ar, com os dados essenciais para que toda a equipe acompanhe com facilidade o que está sendo gravado ou transmitido. O roteiro traz também os textos que vão ser lidos pelos locutores, como pequenas notas e a introdução para as reportagens. Também aparecem no roteiro as orientações para os técnicos: a duração de cada parte, o trecho inicial e o trecho final de cada reportagem gravada. É recomendado que sejam feitas cópias do roteiro para distribuir para os apresentadores e o técnico. Assim, não há o risco de ninguém esquecer o que teria que falar ou fazer.

Convém aos participantes ler o roteiro antes do programa, para que qualquer dúvida seja solucionada. Quando há nomes e palavras difíceis a serem faladas, por exemplo, o apresentador pode treinar antes a pronúncia. Sem esquecer, é claro, que as palavras difíceis, na medida do possível, devem ser evitadas. Especialmente por se tratar de uma rádio comunitária, cujo objetivo é se aproximar ao máximo da população local. Por isso, fale a língua do seu ouvinte, do seu povo.

9.6.1 Exemplo explicativo de roteiro:

Para ajudar na compreensão das convenções utilizadas em um roteiro para rádio, o exemplo a seguir possui diversos elementos explicados ao seu final. Basta conferir o número: a FICHA TÉCNICA escrita abaixo, por exemplo, é a de número “1”.

RÁDIO COMUNITÁRIA
NEGRINHO DO PASTOREIO FM

JORNAL DA COMUNIDADE
FICHA TÉCNICA[1]

APRESENTADORES:	Luís Antônio de Assis Brasil e Dilamar Machado.
PRODUÇÃO:	Charles Kiefer, Mário Quintana e Ana Maria Machado.
TÉCNICA:	Érico Veríssimo.
DATA DA GRAVAÇÃO:	15 de junho de 2008.
VEICULAÇÃO:	15 de junho de 2008 - 19h.
SINTESE:	Programa informativo diário.
TEMPO DURAÇÃO:	11 minutos.

INÍCIO

TEC RODA VINHETA DE APRESENTAÇÃO
(CD N°1, FAIXA 1) TMP 15" E VAI A BG[2]//

LOC 1 - Está no ar o JORNAL DA COMUNIDADE[3], a sua voz no rádio. //

LOC 2 - Os destaques do noticiário de hoje são: //

LOC 1 - Enchentes atingem mais de cem famílias[4] no bairro da GLÓRIA. //

LOC 2 - Aulas recomeçam mesmo com falta de professores. //

TEC SOBE BG 5" E CORTA

LOC 1 - As fortes chuvas da noite passada provocaram alagamentos em várias regiões da cidade. / No bairro da GLÓRIA, mais de trezentas pessoas ficaram desabrigadas. A repórter MARIA DINORAH esteve lá e entrevistou os moradores.//

TEC RODA REPORTAGEM DA ENCHENTE
(FITA N°3) TMP 1'43" E CORTA
DEIXA INICIAL: "AQUI NO BAIRRO DA GLÓRIA..."[5]
DEIXA FINAL: "...ATÉ A SEMANA QUE VEM."

(continuação - pg. 2 - Jornal da Comunidade)

LOC 2 – AGENDA: Domingo, às oito horas da noite, tem show com grupo de rap RACIONAIS MC'S no pavilhão do CORPO DE BOMBEIROS. / Vamos conferir agora uma das músicas do disco do grupo SO-BRE-VI-VEN-DO NO IN-FER-NO[6]. //

TEC RODA CD RACIONAIS MC'S
("SOBREVIVENDO NO INFERNO", FAIXA 8) TMP 6'01" E BG

LOC 2 – Segunda-feira, dia 28 de fevereiro, às sete e meia da manhã[7], acontece a volta às aulas nas escolas estaduais e municipais de PORTO ALEGRE. / Estão matriculados aqui nas escolas da comunidade dois mil 537 jovens[8]. / Na maior escola municipal do bairro, a MACHADO DE ASSIS, são esperados mais de 500 estudantes. /

LOC 1 – Conversamos com a diretora da escola, MARILENE FELINTO. (9) ?MARILENE, como estão os preparativos para receber os estudantes segunda-feira? //

TEC RODA ENTREVISTA COM MARILENE FELINTO
(FITA N°5) TMP 0'47" E CORTA
DEIXA INICIAL: "A ESCOLA MACHADO DE ASSIS..."
DEIXA FINAL: "... SE NÃO HOUVEREM OUTROS IMPREVISTOS."

(continuação - pg. 3 - Jornal da Comunidade)

LOC 1 – Nas escolas estaduais, a falta de professores ameaça três quartos dos estabelecimentos de ensino da nossa comunidade. / O chefe da nona delegacia de polícia, HAROLDO DE SOUZA, garante que haverá policiamento nas ruas na manhã de segunda-feira para coibir eventuais protestos de pais e alunos que ficarem sem aulas. / Para reclamações sobre falta de professores, pode ser procurada a SECRETARIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO no telefone 3-3-2-5-6-5-9-1[10]. //

LOC 2 – A delegacia do PROCON esteve autuando a FARMÁCIA DO RINCÃO, aqui no bairro. / O motivo foi a cobrança de uma taxa de dez por cento[11] sobre o preço dos medicamentos genéricos. / Em alguns casos, a diferença no preço chegava a cinco reais. //

LOC 1 – O programa de hoje está terminando. / Produção e apresentação de CHARLES QUIFER[12], MÁRIO QUINTANA e ANA MARIA MACHADO. / Na técnica, ÉRICO VERÍSSIMO. / Boa noite. //

LOC 2 – Boa noite e até a próxima edição. //[13]

TEC RODA VINHETA DE APRESENTAÇÃO
(CD N°1, FAIXA 1) TMP 15" E CORTA
FIM
TEMPO TOTAL: 11'01"[14]

LEGENDA PARA ENTENDER O ROTEIRO

(1) A ficha técnica identifica o programa, quem participou dele e a data e hora que ele vai ao ar. Apresentadores, produtores, editores e técnicos devem ser apresentados no final para que o ouvinte saiba quem foram os responsáveis pelo programa.

(2) Todas as entradas de material gravado (músicas, reportagens, depoimentos etc) devem ser identificados para o operador da técnica. As indicações devem deixar bem claro onde está o material, quanto tempo dura (que é representado por apóstrofe para minutos e aspas para segundos – exemplo: 1min e 10seg = 1' 10"), a entrada e o que fazer depois que ela terminar ("vai a BG" significa que a gravação fica bem baixinho, fazendo um fundo enquanto o locutor lê o texto; "corta" significa que a entrada deve encerrar logo após o tempo marcado).

(3) Nomes próprios e palavras difíceis devem sempre ser escritos em letras maiúsculas.

(4) Quando se deseja que o locutor enfatize uma determinada informação, deve-se sublinhar o trecho.

(5) Quando é indicado para o técnico a entrada de uma reportagem, deve-se colocar as deixas inicial e final (4 ou 5 palavras) para que ele sabe exatamente com que palavras inicia e encerra a gravação.

(6) Palavras complicadas para a leitura devem ser escritas em maiúsculas e separadas em sílabas.

(7) Data e hora são escritos de maneira coloquial, ou seja: sete da manhã, três e meia da tarde. As horas sempre vão por extenso. Só não se esqueça de indicar em que parte do dia ocorreu ou vai acontecer algo, para os ouvintes não ficarem com a informação incompleta.

(8) Números são mais fáceis de ler quando escritos da seguinte forma:
- entre 1 e 9: por extenso;
- entre 10 e 999: em números;
- a partir de 1000: por extenso;
- números fracionados: por extenso;
- números ordinais: por extenso.

Quando for o caso, deve-se escrever o número de forma mista, como foi feito no exemplo de roteiro.

(9) Para que o locutor possa ler uma frase interrogativa com a entonação certa, deve-se indicar colocando um ponto de interrogação antes da frase.

(10) Telefones são escritos com hífens entre os números.

(11) Porcentagens e valores em dinheiro são sempre escritos por extenso.

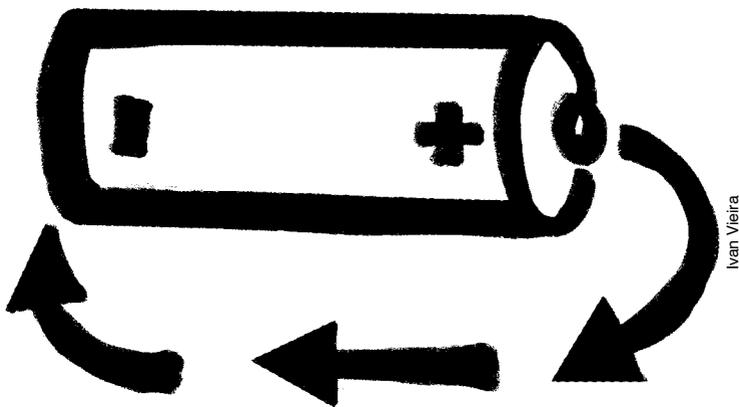
(12) Palavras com pronúncia diferenciada devem ser escritas como se lê, mesmo que esteja incorreto.

(13) Sempre que se encerra um texto a ser lido no rádio, deve-se utilizar 2 barras ("//") para indicar ao locutor que ali é o fim.

(14) No final, sempre se faz a soma do tempo total do programa, incluindo o tempo das vinhetas, gravações, músicas, comerciais (quando for o caso) e TODOS os textos lidos pelo locutor. Recomenda-se que, ao ser digitado em computador, a fonte utilizada para o roteiro seja a Courier New, pois todos os seus caracteres têm o mesmo tamanho. Assim, pode-se contar que, na média, cada linha de texto equivale a 5 segundos de leitura.

Exercício 12
Baseando-se no exemplo acima, junte a sua equipe e faça o roteiro para o programa planejado a partir do exercício 3. Escreva os textos para os locutores, coloque as matérias na ordem, escolha os trechos das entrevistas que vão ser colocados no ar e escreva as orientações para o técnico. Não esqueça dos tempos das matérias e das entrevistas. Ao final, comparem com o que haviam desenvolvido antes e apresentem o roteiro aos colegas.

9.7 Depois que o programa vai ao ar

A equipe do programa deve se reunir para avaliar se a idéia inicial foi bem executada. Deve também ser comparado o planejamento inicial do programa com aquilo que foi ao ar. Uma forma fácil de avaliação é gravar e escutar coletivamente o programa. Os resultados devem ser avaliados de acordo com o que foi produzido e o jeito que foi feito. Quando for debatido o programa, deve entrar em debate a participação dos ouvintes, através de chamadas telefônicas, mensagens de celular, correio eletrônico, MSN, visitas ao estúdio na hora do programa ou conversas fora do ar. Se houver polêmica sobre algum ponto, pode-se retomar o assunto no próximo programa. As discussões continuam na reunião que vai elaborar o próximo programa.

Ivan Vieira

Exercício Final
Reelaborar coletivamente a grade de programação para a rádio. Negociem os horários, tentando ser flexíveis, pensando sempre no que é melhor para a rádio e conseqüentemente para a comunidade. Em caso de impasses que não chegam a consenso, optar por uma votação ou apelar para um sorteio.

10 ÚLTIMAS REFLEXÕES

Aprender a negociar é muito importante, é um momento de grande reflexão. A contaminação do culto ao ego que é propagada pela grande mídia, este mundo ilusório de grandes astros e estrelas, inevitavelmente reflete na cultura e na nossa forma de pensar. Para o trabalho que envolve a radiodifusão comunitária, a importância do que está em jogo está muito acima de quaisquer desejos pessoais ou problemas de carência afetiva mal resolvidos. Procurem trabalhar a sua convivência com os seus vizinhos e colegas de comunidade. Aprendam a receber críticas, mas sem levá-las para o lado pessoal. E aprendam a reconhecer a dedicação dos outros sem sentir-se diminuído – algumas pessoas incomodam-se com o talento alheio. É preciso aprender a elogiar e receber elogios. Faz parte do desenvolvimento de relações afetivas saudáveis. Aos mais talentosos, aprendam a compartilhar seu conhecimento com os outros e preservem sempre a humildade – habilidades maiores podem até mesmo resultar em maiores responsabilidades e, às vezes, são um fardo pesado a ser carregado. Mas talento e competência não fazem necessariamente seres humanos melhores. E isso faz parte de um aspecto fundamental que nos difere da lógica da mídia comercial. Afinal de contas, é sempre importante lembrar que todos somos e sempre seremos ignorantes em algum aspecto – isso é uma máxima inquestionável desde o princípio da história da humanidade. Assim como é fato que todos queremos e buscamos, acima de tudo, carinho e atenção – cuja ausência, segundo grandes teorias da psicologia, são a origem de muitas de nossas tormentas espirituais. Prova de que, acima da realização puramente pessoal, compartilhar nossas experiências e cultivar relações fundadas na afetividade e no respeito mútuo, talvez ainda seja um dos grandes sentidos para a dádiva da vida.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Antonio; LONGHI, Carla Reis. **O rádio com sotaque paulista**: rádio DKI "A Voz do Juqueri". Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1927-1.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2009.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA-RS. **Rádio comunitária**: como produzir conteúdo para agricultura familiar. Porto Alegre: Produção Independente, 2007.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de radiojornalismo**: produção, ética e internet. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Como instalar uma rádio comunitária**: manual de orientação. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/manual>. Acesso em: 10 jan. 2009.

______. **Legislação para rádios comunitárias**. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radiodifusao/legislacao/sonora/radcom>. Acesso em: 10 jan. 2009.

______. **Rádio comunitária**. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radiodifusao/perguntas-frequentes/radio-comunitaria>. Acesso em: 10 jan. 2009.

BRITTOS, Valério; LIMA ROCHA, Bruno. **Da contra-informação ao pensamento único neoliberal**: conceitos de crítica à indústria da mídia. Disponível em: <http://www.estrategiaeanalise.com.br/teoria.php?seltitulo=420757fce1d843aa90021fac9ed9aee5>. Acesso em: 31 mar. 2008.

BROCANELLI, Rodney. **Rádios livres**: Breve História. Disponível em: <http://www.locutor.info/Biblioteca/Radios_Livres.doc>. Acesso em: 2 jan. 2009.

CABRAL, Adílson; LIMA ROCHA, Bruno. **O empoderamento popular por meio das rádios comunitárias**: uma análise crítica. Disponível em: <http://www.estrategiaeanalise.com.br/ler02.php?idsecao=922050d4e7d85ffb0ce2211f87d218b7&&idtitulo=6cdace326048c1a0a88784e31c10100c>. Acesso em: 31 mar 2009.

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

CIRANDA INTERNATIONAL DE L'INFORMATION INDEPENDENTE. **Reforma política precisa democratizar a comunicação**. Disponível em: <http://www.ciranda.net/spip/article1211.html?lang=fr>. Acesso em: 31 mar. 2008.

DETONI, Márcia. **Desenvolvimento da radiodifusão comunitária no Brasil**. Disponível em: <http://biadornelles.blogspot.com/2005/09/desenvolvimento-da-radiodifuso.html> e <http://biadornelles.blogspot.com/2005/09/desenvolvimento-da-radiodifuso_22.html>. Acesso em: 27 mar. 2008.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

HARTMANN, Jorge; MUELLER, Nelson (Org.). **A comunicação pelo microfone**. Petrópolis: Vozes, 1998.

HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos**: o breve século 20 (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

LIMA, Venício A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. **Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)**. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2009.

LUZ, Dioclécio. **Trilha apaixonada e bem-humorada do que é e de como fazer rádios comunitárias na intenção de mudar o mundo**. Brasília: Produção Independente, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como externsões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MELIANI, Marisa. **Rádios livres, o outro lado da voz do Brasil**. 1995. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PAIVA, Raquel (Org.). **O Retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PRADA, Marcelo. **Rádio 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Panda, 2000.

PROCURADORIA FEDERAL DOS DIREITOS DO CIDADÃO. **Convenção Americana de Direitos Humanos**: Pacto de San José da Costa Rica. Disponível em: <http://pfdc.pgr.mpf.gov.br/legislacao-pfdc/docs_convencao/convencao_americana_dir_humanos.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2008.

PROJETO DISSONANTE. **Como montar uma rádio web**. Disponível em: <http://bill.dissonante.org/site/index.php?arquivo=comofazer>. Acesso em: 31 out. 2008.

REDE VIVA FAVELA. **Informações – Cartilhas**. Disponível em: <http://www.redevivafavela.com.br/>. Acesso em: 15 jan. 2009.

SILVA, Terezinha. **Gestão e mediações nas rádios comunitárias**: um panorama do estado de Santa Catarina. Chapecó, SC: Argos, 2008.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Hélio Costa abandona projeto de rádio digital**. Disponível em: <http://www.ethevaldo.com.br/Generic.aspx?pid=458>. Acesso em: 2 jan. 2009.

SOUZA, Ana Inês; COSTA, Rosa Maria Dalla (coord.). **Rádios comunitárias**: a voz da comunidade. Curitiba: CEFURIA, NCEP/UFPR, 2006.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Cartilha (sem frescura) da rádio comunitária**. Porto Alegre: Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2002.

VIGIL, José. **Rádio revista de educação popular**. São Paulo: Aler, 1986.

ANEXO

O texto a seguir foi reproduzido das páginas 23 e 24 da obra **Rádios comunitárias: a voz da comunidade**, publicado em maio de 2006 sob coordenação de Ana Inês Souza e Rosa Maria Dalla Costa, com texto de Larissa Limeira, edição de Anderson Moreira, arte de Lielson Zeni e Marcos Teixeira e colaboração de Carla Cobalchini e Daniela Mussi. A publicação é o primeiro caderno de uma série intitulada Comunicação e Cultura Popular, produzida pela CEFURIA e NCEP/UFPR. O texto selecionado aborda possíveis providências a serem tomadas em caso de intervenção à rádio por parte dos órgãos públicos responsáveis pelo controle, fiscalização e repressão do setor no Brasil.

DEFENDA-SE!

Em algumas ocasiões, pode acontecer que a Polícia Federal e a Anatel promovam uma repressão violenta e muitas vezes ilegal contra as rádios comunitárias. Uma rádio comunitária só pode ser fechada ou lacrada com determinação constitucional. De forma que, se agentes da Anatel ou da Polícia Federal quiserem fechar sua rádio comunitária, não permita:

PRIMEIRO: Chame a comunidade para defender a emissora e ser testemunha desse abuso. Use o microfone e o telefone. Monte uma rede de informações na comunidade. A comunidade deve estar preparada para avisar a todos quando aparecerem agentes da Anatel ou da PF no lugar.

SEGUNDO: Não deixe o agente entrar na sala ou residência sem que a justiça tenha dado permissão para isso e que você tenha sido comunicado anteriormente. Só permita a entrada dos agentes da Polícia Federal na rádio se apresentarem um mandado judicial. Só um juiz tem poder para determinar o lacre da emissora, a apreensão de equipamentos ou a prisão de alguém.

TERCEIRO: Existe uma decisão do Supremo Tribunal Federal que diz que a Anatel não pode apreender ou lacrar equipamentos. É ilegal. Fale para o agente que lhe visitar.

QUARTO: Se insistirem na arbitrariedade, vá à Delegacia de Polícia e denuncie esses agentes por abuso de autoridade, invasão de domicílio, danos morais, danos de patrimônio, furto de equipamentos... Depois você entra com um processo contra a Anatel. No momento, é a pessoa física do agente que deve ser denunciada. Denuncie ao promotor local.

QUINTO: Documente tudo. Anote o nome dos agentes, fotografe, grave em fita cassete, em vídeo. Deixe o microfone ligado, transmitindo para toda cidade. Lembre-se, porém, que eles estão numa atividade ilegal. Então farão de tudo para não se identificar e, se preciso, usarão de violência para evitar que a ação seja documentada.

SEXTO: A comunidade deve ter um advogado instruído na matéria para defender a emissora e deixar bem claro aos agentes que eles estão cometendo um abuso de autoridade. E que eles serão processados, e não a Anatel.

SÉTIMO: Para se prevenir da repressão, entre com mandado de segurança e habeas corpus preventivo. O mandado garante o patrimônio físico da rádio, evitando que lacrem ou apreendam equipamentos. O habeas corpus garante a integridade física; é um salvo-conduto para os dirigentes da emissora, impedindo que sejam presos pela PF. Caso tenha já havido a apreensão, entre com o mandado de segurança solicitando a devolução e a volta da rádio ao ar. Muitos juízes têm acatado tais pedidos.

ANOTAÇÕES

Esta singela cartilha é resultado de um grande esforço coletivo por uma rede de comunicação mais democrática. Surge como uma proposta justamente no ano em que a I Conferência Nacional de Comunicação eclode com o tema "*Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital*". Sugere uma alternativa ao profissional do jornalismo. Propõe uma aproximação entre o ensino das faculdades de comunicação e uma atividade mais liberta, distinta da realizada no âmbito empresarial. Indica uma estratégia de organização para as rádios comunitárias, alertando comunicadores e comunidades para a importância e responsabilidade destes veículos. Aproxima teoria e prática, tentando, assim, alimentar a formação de uma rede comprometida com os anseios populares. Um modesto ferramental em auxílio a uma comunicação social mais ética, livre e consciente do seu papel junto às comunidades onde se insere.

REALIZAÇÃO